

Vliv médií na děti předškolního a mladšího školního věku

Bc. Miroslava Zoubková

Diplomová práce
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Miroslava ZOUBKOVÁ**

Osobní číslo: **H09496**

Studijní program: **N 7507 Specializace v pedagogice**

Studijní obor: **Sociální pedagogika**

Téma práce: **Vliv médií na děti předškolního a mladšího školního věku**

Zásady pro vypracování:

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení pojmů a teoretických východisek z oblasti médií a mediální výchovy

Realizace kvantitativního výzkumu zabývajícího se způsobem a četností sledování médií dětmi

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

CHRÁSKA, M. *Metody pedagogického výzkumu.* Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. ISBN 978-80247-1369-4.

MATĚJČEK, Z. *Co, kdy a jak ve výchově dětí.* Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-494-x.

MATĚJČEK, Z., POKORNÁ, M. *Radosti a strasti: předškolní věk, mladší školní věk, starší školní věk.* Jinočany: H&H, 1998. ISBN 80-86022-21-8.

SUCHÝ, A. *Mediální zlo.* Praha: Triton, 2007. ISBN 978-80-7254-926-9.

ŠEĎOVÁ, K. *Rodiče a děti před televizí.* Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Eliška Zajitzová, Ph.D.**
Ústav pedagogických věd

Datum zadání diplomové práce: **21. ledna 2011**

Termín odevzdání diplomové práce: **29. dubna 2011**

Ve Zlíně dne 21. ledna 2011



prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.
děkan



Mgr. Soňa Vávrová, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné;
- na diplomové práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 14. 4. 2011

.....
Petr Novotný

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací;

(1) Vysoká škola nevydělčně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá dětmi předškolního a mladšího školního věku, jejich vývojovými stadii, determinanty, jež je ovlivňují, včetně medií a jejich dělení a přímým vlivem medií na děti.

Klíčová slova: děti, předškolní a mladší školní věk, média, vliv médií

ABSTRACT

This thesis deals with children of preschool and early school age, their developmental stages, some factors affecting them, including the media and their separation and the direct influence of media on children.

Keywords: children, preschool and school age, media, influence of media

Motto: Děti jsou odrazem v zrcadle svých rodičů. Tak se chovejme tak, abychom se nemuseli stydět se do toho zrcadla podívat!

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Chtěla bych poděkovat vedoucí své diplomové práce Mgr. Elišce Zajitzové, PhD za její neocenitelnou pomoc, podporu, cenné rady a také poskytnutý čas, bez kterých bych nebyla schopna napsat tuto práci. Dále mé poděkování patří pedagogům a rodičům dětí Mateřské školy ve Vlachovicích a Základní školy ve Vlachovicích, kteří mi poskytli důležité informace potřebné pro můj výzkum. A v neposlední řadě děkuji své rodině za podporu.

OBSAH

ÚVOD.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 VÝVOJOVÁ STÁDIA DÍTĚTE	13
1.1 NOVOROZENECKÉ OBDOBÍ	13
1.2 KOJENECKÝ VĚK	14
1.3 BATOLECÍ OBDOBÍ.....	14
1.4 PŘEDŠKOLNÍ VĚK	15
1.5 MLADŠÍ ŠKOLNÍ VĚK	17
2 MÉDIA	20
2.1 DĚLENÍ MÉDIÍ.....	21
2.2 VLIV MÉDIÍ.....	22
2.3 TYPY PŘEDPOKLÁDANÉHO VLIVU MÉDIÍ.....	23
3 DĚTI A MÉDIA	25
3.1 DÍTĚ A TELEVIZE	25
3.2 JAK NÁS OVLIVŇUJE REKLAMA	28
3.3 DĚTI A KNIHY	31
3.4 POSTAVENÍ KNIHY V RODINĚ PŘEDŠKOLÁKA.....	33
3.5 DĚTI A POČÍTAČE.....	37
II PRAKTICKÁ ČÁST	40
4 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU	41
4.1 CÍL VÝZKUMU	41
4.1.1 Dílčí cíle výzkumu	41
4.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	41
4.3 HYPOTÉZY VÝZKUMU.....	42
4.4 VÝZKUMNÝ VZOREK	42
4.5 METODY VÝZKUMU.....	44
4.6 HARMONOGRAM VÝZKUMU.....	45
5 ANALÝZA A INTERPRETACE ZÍSKANÝCH DAT	46

5.1	VÝSLEDKY VÝZKUMU - PŘEDŠKOLNÍ VĚK	46
5.2	VÝSLEDKY VÝZKUMU – MLADŠÍ ŠKOLNÍ VĚK	54
5.3	VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	63
5.4	TESTOVÁNÍ HYPOTÉZ	65
5.5	SHRNUTÍ VÝZKUMU	70
	ZÁVĚR.....	72
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	73
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	75
	SEZNAM GRAFŮ	76
	SEZNAM TABULEK.....	77
	SEZNAM PŘÍLOH.....	79

ÚVOD

Děti a média je v současné době hodně diskutovaným tématem. V mnoha periodikách se často hovoří o tom, že s rozvojem techniky a internetu děti čím dál více využívají média k trávení svého volného času na úkor jiných volnočasových aktivit, zejména sportu a pohybu venku. Pod vlivem těchto technických vymožeností jsou také více pod vlivem reklamy, která na ně útočí ze všech stran.

Proto se chci ve své diplomové práci zaměřit na to, jak a jakým způsobem děti média využívají a jak je právě reklama ovlivňuje.

Rozhodla jsem se tedy tento fenomén zkoumat jak z hlediska teoretického, tak z hlediska praktického.

Abychom pochopili vnímání dětí, je nutno poznat vývojovou oblast dítěte, uvědomit si, že existují determinanty, které na rozvoj dítěte působí. Těmto se věnuji v první kapitole teoretické části. Mezi tyto determinanty patří faktory vlivu prostředí, výchova, vzdělávání a v neposlední řadě také sociálně kulturní faktory a v rámci nich např. média, jimž se věnuji ve druhé kapitole.

Ve druhé kapitole zkoumám média jako taková. Jejich rozdělení a také rozdělení vlivu médií na člověka.

Třetí kapitolu věnuji odborným článkům dětských psychologů a pedagogů, kteří popisují vztahy dětí k jednotlivým médiím. Tyto články jsem opatřila svým komentářem k danému tématu.

Praktická část je zaměřená na výzkum, ve kterém jsem zjišťovala, jak děti média využívají z pohledu jejich rodičů. Zajímala mne četnost a sledovanost pořadů v televizi, dále pak využívání informačních technologií, vliv reklamy na děti a v neposlední řadě také to, jaký vztah mají děti ke knihám a časopisům. Ke svému zkoumání jsem využila metodu dotazníkového šetření v mateřské škole a na prvním stupni základní školy.

Ve shrnutí praktické části své práce se zabývám zjištěným poznatkem a také informacemi získanými z výzkumu.

V této práci objasňuji problematiku daného tématu a zodpovídám na otázky, které mapují vztah dětí k médiím jako takovým.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 VÝVOJOVÁ STÁDIA DÍTĚTE

Každý člověk od svého narození prochází určitým vývojem. Vývoj člověka probíhá trvale, plynule a bez přerušení. Pokud jsme s dítětem v kontaktu denně, žádné velké vývojové změny nepozorujeme. Přicházíme-li však s dítětem do styku méně často, samozřejmě jeho vývojové skoky vnímáme daleko více.

Je důležité si uvědomit, že člověka již od narození ovlivňuje řada determinantů, které mají vliv na jeho vývoj. Podle Křivohlavého (2006), který odkazuje ve své knize na psychologa Kováče (1997), jde o determinanty **endogenní (vnitřní)**, do kterých řadíme hlavně dědičnost a vrozenost, **exogenní (vnější)**, kde patří kultura a výchova a **psychické (volní)**, kde jde o sebeutváření člověka, tj. to o čem se snaží, na co vynakládá úsilí, jaké má cíle, tedy to, co chce člověk z vlastní vůle.

Vývojová stádia od narození po školní věk rozdělujeme (Kuric, 2001) na období novorozenecké, kojenecké, batolecí, předškolní věk a mladší školní věk.

1.1 Novorozenecké období

Novorozeneckým obdobím se rozumí období od narození do třech měsíců. Dítě se přizpůsobuje vnějšímu prostředí – termoregulace, přijímání potravy, dýchání, vylučování. Typickou činností novorozeněte je spánek – až 20 hodin denně. V prvních šesti týdnech života jsou v popředí vývoje dítěte především **fyziologické procesy**.

Období novorozenecké je v podstatě přechodná vývojová fáze, ve které se dítě přizpůsobuje přechodu z děložního prostředí do mimoděložního.

Zdravý novorozenec přichází na svět vybaven **základními nepodmíněnými reflexy** nutnými k životu, a to:

- **Reflex sací** – tj. reflex přijímání potravy
- **Reflex vyměšovací**
- **Reflex zvracení, škytání, kýchání a křiku**
- **Reflex úlekový (Moorův)**
- **Reflex úchopový (Robinsonův)** – dítě lze za prsty přitáhnout

1.2 Kojenecký věk

Tento věk se specifikuje od 3. měsíce do 12-15 měsíců. Typickou činností kojence je **vnímání a reagování** – rozpoznává barvy, lokalizuje zdroje zvuku, rozlišuje hlas, dále se rozvíjí motorika a poznávací funkce.

Kojenec začíná být aktivní. Rozvíjí se výrazná pohybová aktivita, dítě se učí zacházet s různými předměty. Zlepšuje se **úchop**, dítě se učí brát věci mezi palec a ukazovák. Významnými mezníky v tomto období jsou momenty, kdy dítě začíná sedět, lézt, stát, chodit. Rozvoj motoriky tak velmi úzce souvisí s rozvojem poznávání a s osamostatňováním.

Pro žádoucí vývoj dítěte je nutné, aby jeho matka porozuměla jeho potřebám a dokázala mu poskytovat adekvátní zpětnou vazbu. Dalším předpokladem pro zdravý vývoj kojence je přiměřené poskytování jeho potřeb, zejména pak potřeba jistoty a bezpečí, podpora stimulace a učení a také potřeba lásky, nejen mateřské. V této době se u dětí také projevuje strach a obava z neznámého, nejen z cizích osob, ale také z nových nastalých situací.

1.3 Batolecí období

Podle Kurice (2001) dělíme na:

- Období mladšího batolete (1-2 roky)
- Období staršího batolete (2-3 roky)

V tomto stádiu nastávají významné psychické změny. Vrcholí **senzomotorická** a nastupuje symbolická fáze **kognitivního** vývoje, dítě zdokonaluje svoji motoriku, lépe manipuluje s předměty a zlepšuje se jeho chůze. Zaznamenáváme také prudký rozvoj řeči, což ovlivňuje formování dětské osobnosti a také jeho socializaci.

Batole si osvojuje **řeč** jako prostředek komunikace. Učí se chápat vztahy. Významným faktorem rozvoje osobnosti jsou dospělí, kteří jsou pro dítě vzorem, po kterých opakuje.

Socializace dítěte začíná v rodině, postupně se přes rodinnou socializaci dítě začleňuje do širšího sociálního prostředí mimo rodinu. Dítě začíná chodit do jeslí, poté do školky, dostává se do kolektivu svých vrstevníků, učí se určitému řádu, disciplíně, výchovným zásadám.

Pro batole je základní činností a prostředkem celkového psychického vývoje **hra**. Není potřeba, aby dítě mělo spousty hraček, dokáže se zahrát i s málem. V současné době je na trhu spousta hraček interaktivních, které jsou určeny pro určitý věk dítěte a které rozvíjí jeho motoriku, osobnost, vnímání. Rodiče se mnohdy docela zbytečně nechají ovlivnit reklamou a jsou přesvědčeni, že právě tyto hračky jsou pro jejich děti nezbytné, je však pravdou, že dítě si dokáže zahrát třeba i s obyčejným nádobím.

Do ukončení třetího roku se uplatňují zejména hry:

- **Funkční** – uplatňují se v nich jednotlivé senzomotorické funkce, vydávání určitých zvuků, pohyby rukou a nohou apod. Uplatňují se hlavně v kojeneckém věku, v raném dětství jejich výskyt klesá, ale zcela se nevytrácí.
- **Manipulační** - uplatňují se v manipulaci s různými předměty a postupně vyúsťují v předmětnou činnost, v způsoby osvojování si různých možností zacházení s předměty. Uplatňují se do konce druhého roku
- **Napodobovací** – objevují se v druhém roce a spočívají v napodobování jednotlivých činností dospělých, resp. i zvířat. Intenzivně podněcují rozvoj řeči. V třetím roce se tyto hry stávají složitějšími: dítě krmí panenku, zametá podlahu, napodobuje hukot motorky. Tyto jednotlivé činnosti jsou nejdříve izolované a netvoří souvislé děje: k tomu dochází až v třetím roce a zejména pak v předškolním dětství, kdy přecházejí v hry úlohové.
- **Receptivní** - zakládají se na přijímání podnětů z vnějšku a méně se v nich uplatňuje motorická složka. Takovými hrami je sledování televizních, filmových a divadelních pořadů, poslouchání pohádek, prohlížení obrázkových knížek, typické loutkové divadlo aj. Neomezují se na raný věk, ale přecházejí i do stadia předškolního dětství. (Kuric, 2001)

1.4 Předškolní věk

Stádium předškolního věku se určuje věkem 4 – 6 let. V naší republice je šestý rok zpravidla rokem, kdy dítě nastupuje povinnou školní docházkou. Z různých důvodů se hranice věku může posunovat oběma směry, většinou je to směrem nahoru, kdy rodiče

žádají o odklad školní docházky, ať už z důvodu zdravotního stavu dítěte nebo jeho školní nezralosti.

V předškolním věku dítě ještě nevnímá dokonale, začínají se ale objevovat náznaky záměrného pozorování. Také se objevuje úmyslné zapamatování, což se projevuje zejména ve hrách, kresbách. Dítě v tomto věku už je schopno hrát společenské hry, např. pexeso, kdy si je schopné zapamatovat postavení obrázků. Dále je také schopno namalovat prožité okamžiky. Dítě si častěji pamatuje zážitky citově zbarvené. Dítě si také pamatuje obsah přečtených knížek, dokáže zopakovat děj, pamatuje si například, kterou kapitolou skončilo čtení předchozí den. S rozvojem paměti také souvisí představivost. Dítě si často hraje na hrdiny z knížek a pohádek.

I v předškolním věku je hra nejpřirozenější činností, která je úzce spjata s tělesným i psychickým vývojem dítěte. Významně ovlivňuje poznávací procesy, slovní projev a také socializaci. Dítě si upevňuje mravní návyky a také hra rozvíjí jeho osobnostní vlastnosti.

U předškoláků dominují zejména tyto hry a herní činnosti:

- **Úkolové hry** – začínají se uplatňovat v třetím roce, ale naplno se rozvíjejí a získávají na významu zejména ve čtvrtém a pátém roce života. Dítě v nich fiktivně přebírá různé odpozorované úlohy ze života dospělých, se vši vážností se do nich vžívá a průběh hry ukazuje, že ačkoli má již schopnost odpozorovat modely chování dospělých, do svého chování při hře vnáší mnoho etických a fantazijních prvků.
- **Konstruktivní hry** – také se začínají uplatňovat již u batolete, ale jejich význam a prohlubování postupně vzrůstá až do školní docházky. Hlavním znakem konstruktivní hry je její výsledek – vlastní výtvar dítěte. Takové jsou hry se stavebnicemi, hry na písku, modelování, kreslení, vystřihování a konstruování věcí. Tyto hry účinně rozvíjejí poznávací procesy a postupně vedou k vyšším stupňům myšlenkových výkonů.
- **Didaktické hry** – realizují se zpravidla organizovaně a jejich smyslem je dodržovat určitá pravidla v společné herní interakci, kde si dítě procvičují pozornost, prohlubují poznatky a rozumové schopnosti. Didaktická hra patří do kategorie her s pravidly.

- **Receptivní hry** – již zmíněné v kapitole o raném věku. V nich se při přijímání různých podnětů z vnějšku zdokonalují jak smyslové funkce/zrak, sluch, hmat), tak i poznávací, citové a volní procesy. Prolínají se i do školního dětství, a v jistém smyslu se uplatňují v celé ontogenezi člověka, pochopitelně vždy s přiměřenou obsahovou náplní.
- **Dětská kresba a modelování** – logicky lze kresbu a modelování zařadit do konstruktivních her, ale pro jejich velký význam a diagnostickou hodnotu je lepší věnovat se jim samostatně. Kresba má být odrazem skutečnosti, ale tento odraz má zajímavé znaky a struktury: dítěti nejde o realistickou podobu zprostředkování, ale snaží se to, co na něj působí emotivně vyjádřit graficky, a to nejdříve jen velmi schematicky; teprve postupně jsou hlavní znaky předmětů zobrazovány reálněji. Charakteristickým znakem dětských kreseb je jejich „rentgenový“ ráz – dítě nekreslí podle předlohy to, co vidí, ale kreslí to, co o předmětech ví. Takže když kreslí dům, nakreslí do něj také mámu v kuchyni apod. Vývoj kresby lidské postavy začíná jakýmsi hlavonožcem a končí poměrně dokonale členěnou kresbou se všemi podstatnými znaky. Při modelování s plastelínou nebo jinou tvárnou hmotou existuje další výhoda, a to, že dítě může pronikat do trojrozměrnosti a výrazně se zdokonalovat ve zručnosti a tvořivé fantazii. Stupeň struktury dětské kresby je velmi dobrým ukazatelem duševní vyspělosti dítěte, proto bývá také dobrou diagnostickou pomůckou normálního, ale i narušeného duševního vývoje. (Kuric, 2001, str. 63-64)

1.5 Mladší školní věk

Mladší školní věk můžeme definovat věkem od 6-7 do 10-11 let. Lze tedy říci, že jde o věk, kdy dítě navštěvuje první stupeň základní školy.

Počátkem školní docházky se zcela mění způsob života dítěte. Hra, která byla dosud v popředí, ustupuje a hlavní činností žáka se stává učební činnost. Dítě se učí zcela podřizovat požadavkům školy, současně mu přibývá spousta povinností, které ve srovnání s povinnostmi předškoláka nabývají na vážnosti a obtížnosti. V souvislosti s nástupem do školy také dítěti na druhé straně přibývá práv, jeho postavení v rodině se mění, rodina jej respektuje jako žáka.

Postupně také dochází k důležitým pokrokům v rozvoji osobnosti dítěte. Tyto změny pozorujeme zejména v oblasti mravní výchovy, zájmové oblasti, rozvíjí se schopnosti poznávací a také se dítě významně vyvíjí v oblasti vůle a citů.

Další změny můžeme sledovat také v socializaci žáka. Dítě si uvědomuje novou autoritu v osobě učitele, na němž především je odpovědnost za usměrňování chování žáků. Dítě se také postupně stává členem vrstevnických skupin, které se také podílejí na jeho socializaci.

Pro zdravý vývoj sociálního chování dítěte je důležitý rozvoj vztahů různými směry. Podle Vágnerové (2000) jde zejména o:

- **sociální vztahy k rodičům** – dítě je vázáno na rodiče, protože kromě péče, kterou mu poskytují, zůstávají nadále jeho pomocníky při poznávání a osvojování si vnějšího světa a získávání vědomostí v něm. Dítě pokládá rodiče za moudré bytosti, které všechno vědí a od nichž se může dozvědět všechno, co ho zajímá. Šesti až osmileté dítě potřebuje nadále důvěrné kontakty s rodiči, vyžaduje jejich pomoc, podporu a uznání, navzdory tomu však rodina přestává být pro ně uzavřeným světem výhradní sociální závislosti. Ve školním období se dítě postupně vymaňuje ze sociálních vazeb a vztahů vázaných na rodinu, sociální chování přenáší do kolektivu třídy a do malých neformálních společenských skupin vznikajících na základě přátelství, zájmů a vědomí příslušnosti k stejné společenské úrovni.
- **sociální vztahy mezi sourozenci** - pevnější a trvalejší vztahy se utvářejí mezi sourozenci s malým věkovým rozdílem a téhož pohlaví. Společné hry a společné plnění různých povinností doma vede k pocitu sounáležitosti a ke společným zájmům. Mezi sourozenci je častým problémem žárlivost, a to emotivně velmi silná a často dlouhodobá. Žárlivé dítě má pocity křivdy. Velmi často žárlí starší sourozenci na mladší tím, že rodiče věnují všechnu pozornost a péči jen mladším dětem.
- **vztahy k učiteli** – a učitele k němu. Po vstupu do školy všichni žáci o přízeň učitele bojují, a to i za cenu žalování na spolužáky, protože učitel je pro ně autoritou, a to ještě větší než rodiče. V prvních třech ročnících základní školy mají žáci takřka bez výjimky k učiteli kladný vztah. Ve třetím ročníku lze poprvé pozorovat mírnou snahu analyzovat a hodnotit učitelovu práci a jeho osobní

vlastnosti; tento jev se zvýrazní ve čtvrtém a zvláště v pátém ročníku. Můžeme konstatovat, že postupem věku se u jednotlivých žáků rozšiřuje postřeh týkající se práce a vlastnosti učitele, a to jak kladných tak záporných vlastností.

- **vztahy mezi vrstevníky** – žák má sociální vztahy nejen ve školním prostředí – v třídním kolektivu i v neformálních malých skupinách - , ale i mimo školu. Třídní kolektiv je organizován zvenčí, bez zvláštního výběru jednotlivých členů, a má charakter formální skupiny.

V prvních ročnících se zatím kolektivní cítění nevyskytuje ve velké míře, na rozdíl od třetí třídy. Ve třídě čtvrté už mají žáci potřebu se sdružovat. Navíc se v tomto věku projevují rozdíly mezi chlapci a děvčaty. Dosud byly hry společné, v tomto věku se začínají děti sdružovat podle pohlaví. Vyplývá to zejména z toho, že děvčata jsou v psychickém vývoji popředu před chlapci.

2 MÉDIA

Podle Slovníku spisovného jazyka českého (1989) je **médium**, množné číslo **média**, zprostředkující osoba, prostředí, činitel, výplň prostoru nebo látka, ve které je předmět uložen. Může být popisem i pro DVD, knihu, časopis, elektronickou poštu (e-mail), leták, videokazetu, filmové dílo, gramofonovou desku apod.

Zvláštní kategorii tvoří prostředky masové informace - **masová média**. Média můžeme také chápat jako prostředek komunikace, sdělovací prostředek, nejčastěji technické zařízení umožňující komunikaci mezi komunikátorem a recipientem. A dále jsou to především hromadné sdělovací prostředky, nositelé propagace. V propagaci hrají důležitou úlohu i jiná média než masová. A jako příklady jsou uvedeny veletrhy, výstavy, výkladní skříně, obaly, ale i přednášky, exkurze. Malý slovník propagace rozlišuje média public relations (dále jen PR) a média propagační. Za média PR považuje sdělovací prostředky a další prostředky komunikace, které zprostředkovávají kontakt mezi subjektem PR. Obdobně jako v propagaci patří k nejdůležitějším médiím především tisk, rozhlas a televize. Vedle těchto masových médií hrají stále významnější úlohu média direct mail, výstavy, veletrhy a kongresy. Hlavní charakteristikou médií je, že jsou svou technickou povahou schopna přenášet různé informace. Kromě masových médií v propagaci sehrávají velkou roli i další média, např. obaly, výkladní skříně, veletrhy a v posledním období stále více plochy billboardů, telefon a osobní zásilky v direct mailingu, video, holografie atd.

Důležité ze všech citovaných pasáží je, že média jsou prostředkem komunikace, nositelem sdělení, včetně sdělení propagačního a PR. Na jedné straně jde o hromadné sdělovací prostředky (masmédia), na straně druhé o jiné nositele zejména propagačního sdělení.

Tržní hospodářství produkuje a spotřebovává čím dál tím víc informací a tak vytváří podmínky k existenci velkého množství ekonomických subjektů, které s informacemi obchodují. Média poskytují prostor všem subjektům (ekonomickým i politickým) k šíření svých vlastních informací. Většina médií poskytuje placený prostor, který může kdokoliv a kdykoliv použít k propagaci svých vlastních výrobků a služeb. Tržby z reklamy jsou jedním ze zdrojů příjmu médií, který posiluje jejich ekonomickou soběstačnost a tím i jejich nezávislost.

Masmédia neboli hromadné sdělovací prostředky se v obecném slova smyslu zabývají „produkcí, reprodukcí a distribucí znalostí široce chápaných souborů symbolů, majících

důležitý význam pro zkušenost v sociálním světě“. Ve svých příjemcích=recipientech (čtenářích, posluchačích a divácích) masmédiá ovlivňují samotnou konstrukci sociální skutečnosti i jejich osobní představy o ní. Fakticky tedy mohou vytvářet další novou realitu. (<http://cs.wikipedia.org/wiki/Média>)

2.1 Dělení médií

Média dělíme v několika skupinách.

McLuhan rozlišuje dva základní typy médií podle jejich účinku na jedince a společnost:

- **Horká média** - fonetická abeceda, rozhlas, fotografie, film - jsou „vysokodefiniční“, tedy více naplněná informacemi a umožňují nižší míru participace ze strany uživatele...(McLuhan 2000). Nižší míra participace způsobuje odtažitost, specializaci, fragmentárnost a exkluzi – v myšlení, sociálním životě (organizaci) i zábavě. Horké společnosti jsou většinou založeny na vizualitě – oko je selektivní.
- **chladná média** – hieroglyfy, telefon, komiksy, televize - jsou „nízkodefiniční“, obsahují tedy méně informací a dovolují mnohem větší smyslové zapojení uživatele.(McLuhan 2000) Chladná média jsou médii celkové vtaženosti, spojitosti, celkového pohledu a inkluze. Chladná společnost je společností akustického prostoru, který je organický a integrální – nezná pojmy centrum a periferie. Specifická je pro ni vysoká míra kmenovosti.

Dále pak můžeme média dělit na:

- **klasická média** – mezi které řadíme noviny, časopisy, knihy
- **elektronická** – zde patří televize, počítač, rozhlas

A v neposlední řadě média označujeme jako:

- **specifická** – která jsou zároveň také označována jako propagační - jsou materiálním vyjádřením reklamního sdělení, účinným nástrojem, působím, obrazem, pohybem, zvukem, slovem, tvarem, barvou a jinými komunikačními prvky. Propagační média jsou nositeli propagačních prostředků, které umožňují masové šíření reklamního sdělení. Reklama je nejvýraznějším projevem propagačních médií. Bez ní se tržní hospodářství v žádném případě neobejde. První

zmínky o reklamě lze nalézt již ve starém Egyptě, v průřezu dějinami se s ní setkáváme v každé etapě historického vývoje, pokaždé v jiné formě. Je pro trh naprosto nezbytná, v poslední době jsme jí čím dál více ovlivnitelní.

- **masmédiá** – jde o předávání aktuálních informací nejširším masám
 - o **tisk** – periodika, ať už jde o deníky, týdeníky či měsíčníky
 - o **rozhlas** – v ČR je to kromě veřejnoprávního Českého rozhlasu řada soukromých lokálních rádií
 - o **televize** – v současné době digitalizace stále dostupnější výběr televizních stanic, kromě veřejnoprávní České televize se dnes již spousta soukromých televizních stanic zaměřuje žánrově – zpravodajství, sport, hobby, díky čím dál většímu rozmachu televizního zpravodajství a sítí zpravodajů po celém světě dostáváme aktuální informace téměř z první ruky a v přímém přenosu (CNN, BBC)
 - o **internet** – ve vyspělých státech nejrozšířenější masové médium, které je dostupné takřka všude (mobilní telefony, iPad), stejně jako u televize zde najdete aktuální informace z celého světa. V mnoha nedemokratických státech však stále podléhá cenzuře, stejně jako ostatní média

Pro potřeby své práce používám rozdělení médií na **televizi, internet, knihy, časopisy a reklamu.**

2.2 Vliv médií

Není pochyb, že média mají významný dopad na jednotlivce a také na celou společnost. Média dokážou ovlivnit chování a postoje lidí, mohou vzdělávat, rozšiřovat obzory, ovlivňovat životní styl (také zdravý životní styl), informovat o společenském a politickém dění. Na druhé straně ale také mohou lidi děsit, vyvolávat napětí, podněcovat k nežádoucímu chování.

Jiráček (2007) se dopadem médií na člověka odkazuje na anglosaskou literaturu, ve které se vcelku zaměnitelně a jen s nepatrnými významovými rozdíly používají pojmy *impact*

(dopad), *influence* (vliv) a *effect* (účinek), které se všechny vztahují k **působení** médií na jednotlivce, skupiny, či celou společnost.

Chceme-li využít těchto synonym – označujících předpokládané či pozorované důsledky **působení** médií – pro jemnější rozlišení významových odstínů, pak **dopad** médií je zřetelně pojem nejobecnější a zahrnuje v sobě jak vlivy, tak účinky médií. **Vliv** častěji označuje dlouhodobější, trvalejší působení médií, a to působení jak nabízených obsahů, tak samé existence médií, **účinek** médií odkazuje častěji ke specifické reakci na určité typy nabízených obsahů. Vliv odkazuje více k myšlenkovému rámci kulturnímu, účinek spíše behaviorálnímu. V tomto smyslu lze současně hovořit např. o vlivu „nových“ interaktivních médií na čtenářské návyky a současně o účinku předvolební kampaně vedené po internetu na chování voličů. Vždy se jedná o zjišťování skutečného **dopadu** médií a mediální komunikace, nikoli o zkoumání představ o žádoucím vlivu (tedy roli či funkci) médií.

2.3 Typy předpokládaného vlivu médií

Účinků komunikace je mnoho a jsou velmi rozdílné. Mohou být krátkodobé, nebo dlouhodobé. Mohou být zjevné, nebo skryté. Mohou být silné, nebo slabé. Mohou se odvozovat od kteréhokoliv z velkého počtu aspektů obsahu komunikace. Lze o nich uvažovat jako o psychologických, politických, ekonomických či sociologických. Mohou se projevat na postojích, hodnotách, úrovni, informovanosti, dovednostech, vkusu, chování. (Jirák, Köpplová, 2007, str. 171)

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že předpokládané účinky vlivu médií můžeme dělit na **krátkodobé a dlouhodobé, přímé a nepřímé a plánované a neplánované**

- **Krátkodobé účinky** – u člověka se projevují okamžitě, bezprostředně jako reakce na vystavení mediálního obsahu a zpravidla jsou pomíjivé. Např. horor vede k pocitu strachu, komedie vyvolává smích apod.
- **Dlouhodobé účinky** – naproti tomu např. u socializace jedince do společnosti s podporou médií se očekává vliv dlouhodobý, až trvalý – jde např. o výchovné a vzdělávací programy

- **Přímé účinky** – jedná se spíše o účinky krátkodobé, které věcně a přímo ovlivňují člověka. Zde můžeme např. zařadit konkrétní předvolební kampaň, či komerční reklamu, která konkrétně působí na určitý okruh lidí.
- **Nepřímé účinky** – oproti účinkům přímým se jedná o vliv, který je různým způsobem zprostředkován a dopad se může projevit nepřímo např. se značným časovým odstupem
- **Plánované (záměrné) účinky** – v tomto případě opět hovoříme o cíleném působení médií na určitou skupinu lidí či jednotlivce – reklama, předvolební kampaň a podle McGuireho (1986) (in Jiráček 2007) je dělíme na:
 - o *Účinky reklamy na spotřebitelské chování*
 - o *Účinky politických kampaní na volební chování*
 - o *Účinky osvětových a sociálních kampaní na chování jednotlivců a na zvýšení solidárního jednání ve společnosti*
 - o *Účinky propagandy na ideologii*
 - o *Účinky mediálních rituálů na sociální kontrolu*
- **Neplánované (nezáměrné) účinky** – jedná se o řadu nezamýšlených důsledků, individuálních reakcí či vytváření a posilování stereotypů. Podle McGuireho (1986) (in Jiráček, 2007) je dělíme na:
 - o *Účinky mediálního násilí na agresivní chování*
 - o *Dopad mediálních výjevů na sociální konstrukci reality*
 - o *Účinky předpojatosti médií na stereotypizaci*
 - o *Účinky erotických a sexuálně explicitních obsahů na postoje a jednání*
 - o *Ovlivnění poznávací činnosti, životního stylu a vkusu jednotlivými typy mediálních produktů.*

3 DĚTI A MÉDIA

V této kapitole se zabývám odbornými články, které popisují vztah dětí k jednotlivým médiím.

3.1 Dítě a televize

Podle různých výzkumů české dítě tráví před obrazovkou v průměru 25 hodin týdně, tedy více než 3,5 hodiny denně. Průměrný český 13letý školák viděl za svůj život v televizi 52 000 vražd, znásilnění, ozbrojených loupeží a přepadení

Tyto statistiky jsou alarmující, zachycují přesto jen povrch problému. Jak zasahuje sledování televize do přirozeného vývoje dětí?

Vidění není pasivním pochodem, jakousi analogií fotografie, kdy se na sítnici oka vytváří zmenšený obrázek toho, na co právě pohled člověka dopadá. Pozorují-li nějaký předmět, nezůstávají moje oči nehybné, nýbrž předmět nepatrnými pohyby jakoby ohmatávají. Postup tohoto vizuálního „ohmatávání“ je naprosto individuální a je veden mým zájmem nebo nezájmem o předmět, ale i mým očekáváním a věděním o předmětu. Drobným pohybům očí, ke kterým při tom dochází, se odborně říká sakády. Při klidném pozorování jich proběhne 2 až 5 za sekundu. Důsledkem této skutečnosti je, že když dva lidé pozorují stejný předmět ze stejného místa, přesto vnímají něco zcela odlišného!

K tomuto pochodu přistupuje neustálé zaostřování, akomodace oční čočky podle vzdálenosti předmětu v prostoru a dále rozšiřování a zužování zornice, v závislosti na množství dopadajícího světla, ale i na duševní aktivitě pozorujícího. Šíře zornice je jedním z indikátorů aktivity mozkové kůry: čím vyšší je aktivita mozkové kůry, tím širší jsou zornice.

Jakým způsobem modifikuje tyto nesmírně dynamické a aktivní pochody sledování televize? Počet sakád se snižuje o 90 i více procent z 2 – 5 za sekundu na 5 – 7 za 20 sekund. Výrazně se zmenšuje šíře pupily jako výraz snížené mozkové aktivity. Oči nejen že neakomodují, protože obrazovka se nachází ve stále stejné vzdálenosti, nýbrž šířka zorného pole se zužuje o 97 %: z přibližně 200 stupňů na pouhých 6 až 7 stupňů. Okohybné svaly jsou zcela strnulé, bez pohybu. Všechny tyto změny jsou vyvolány médiem televize jako takovým, nezávisle na pořadu.

Co nám tyto skutečnosti říkají? Především, že původně aktivní a cílená činnost je nahrazena maximální myslitelnou pasivitou. To je také jedním z hlavních důvodů, proč má sledování televize na vývoj dítěte tak zhoubný vliv. Tento závěr potvrzuje i EEG vyšetření (elektroencefalogram) aktivity mozku během sledování televize. To ukazuje, že se po zapnutí televize rychle objevují v záznamu tzv. alfa vlny, typické pro stav snění či hypnózy. I zde se nám nabízí stejný obraz: podvědomé vyřazení aktivity diváka.

Podívejte se jednou nezaujatě na svého potomka po hodině sledování televize. Jak vypadají jeho oči? Jaký mají lesk? Jaká síla a klid z jejich pohledu vychází? Jak je dítě v pohledu přítomné nebo naopak duchem nepřítomné? Myslím, že nebudete mít daleko k tomu, označit tyto oči jako zakleté...

Je všeobecně známo, že stále méně lidí čte. Je to snad tím, že čtenáři získávají požadované informace z televize a proto nečtou? Nikoli. Mezinárodní výzkumy ukazují, že s výjimkou sportu je úroveň všeobecných vědomostí tím nižší, čím vyšší je doba denně strávená u televize. Doba strávená u televize se také negativně projevuje na vyjadřovacích a matematických schopnostech dětí.

Ještě hlouběji však zasahuje do rozvoje dětské fantazie a tím i do schopnosti kreativity dospělého věku. Děti, které jsou zvyklé pouze na pohádky v televizi, se při vyprávění pohádek nudí a říkají: „nic nevidím“. Ztratily schopnost vytvářet vnitřní obrazy a představy. Obrazy televize jsou příliš hotové, než aby mohly podnítit dětskou fantazii. A jsou příliš rychlé na to, aby k nim dítě vůbec mohlo zaujmout nějaký osobní citový vztah a postoj. S vývojem fantazie v dětství však později souvisí i vývoj schopnosti hlubokého citového prožívání, schopnost empatie – možnost vcítit se do druhého člověka, ale i předvídavost a schopnost řešit nové, neočekávané situace.

Ordinace logopedů a foniatrů jsou přeplněné. Podle lékařských zjištění se v polovině 70. let vyskytovaly poruchy řeči u 4 % dětí v předškolním věku. Ve 2. polovině 90. let stoupl procento dětí s poruchami řeči zjišťovaných na základě stejných kritérií jako v 70. letech na neuvěřitelných 25 %. Z toho je polovina poruch hodnocena jako lehké, čtvrtina jako středně těžké a čtvrtina jako těžké. Podíl dětí s poruchami porozumění řeči je ještě vyšší. Srovnatelné výsledky nacházíme v Německu, Velké Británii, ale i Bulharsku. Poruchy řeči nejsou přitom vázány na sociální postavení rodiny: děti vysokoškoláků jsou postiženy stejnou měrou, jako děti pomocných dělníků. Jaké jsou příčiny tohoto alarmujícího vývoje? Pouze u malé části postižených je důvodem zdravotní porucha. U naprosté většiny

děti jsou lékaři i terapeuti zajedno, že příčinou narušení vývoje řeči těchto dětí je narůstající mlčení mezi rodiči a dětmi. Příčin tohoto mlčení je celá řada. Neoddiskutovatelně na prvním místě je však sledování televize. V civilizovaných zemích aktivně sledoval dospělý televizi v 60. letech v průměru 1 hodinu denně, v roce 1980 již 2 hodiny, v roce 1998 téměř 3,5 hodiny denně. Tato doba znamená pro děti mlčení.

A jaký vliv má televize na narůstající násilí? Analýza příčin, které vedly děti k zabíjení, ukazuje často, že pro mladistvé vrahy bylo společným jmenovatelem excesivní sledování televize od útlého věku, mnoho hodin týdně strávených hraním počítačových her s tematikou zabíjení, rodiče, kteří neměli příliš velký zájem o výchovu svého dítěte. Mladiství vrazi uvádějí často identifikaci s některým z filmových hrdinů, který vyniká schopností chladnokrevně zabíjet.

Sledování televize v dětství zásadním způsobem narušuje vývoj jak intelektuálních, tak citových a především volných schopností člověka a jeho individuality: vyřazuje jeho vůli v procesu vidění, znemožňuje vytváření individuálního citového vztahu k viděnému, podlamuje fantazii a kreativitu, brání rozvoji motorických schopností dítěte a tím podporuje pasivní postoj ke světu a podlamuje vůli jako takovou. K tomu dochází zcela nezávisle na výběru pořadů, které dítě sleduje. Navíc, již v závislosti na konkrétních pořadech, dochází k nerefektovanému přejímání mravně pochybných postojů a systematickému otupování vůči násilí, bolesti, utrpení a smrti druhých lidí.

Výše uvedené řádky nechtějí být odsouzením televize jako takové. Chtějí pouze poukázat na její zhoubný vliv na celkový vývoj dítěte především v prvních letech života a na neudržitelnost všech zdánlivě logicky znějících argumentů, které působení televize na dítě bagatelizují. A chce především podnítit ke kreativité a osobnímu nasazení v péči o děti. (Dostal, Děti a my, 9/2003)

Zkusme se tedy zamyslet nad tím, jak dlouho naše děti tráví čas u televize. Jestli opravdu sledují jenom vybrané typy pořadů, nebo bezcílně koukají na všechno. Je to také dáno návyky rodičů. Pokud děti vidí, že tatínek přijde z práce a sedne si k televizi, tak je pro ně „normální“, že přijdou ze školy a také si zapnou televizi. Pokud tyto návyky mají již z raného dětství a není vůle rodičů ji změnit, tak děti samy s tím nic neudělají. Zkusme se tedy spíš jako rodiče oprostít od svých zvyklostí a více se věnujme dětem. Pro děti je rozhodně lepší čas strávený s rodiči u hry nebo u čtení, než když sedí před televizí a jenom ze zvyku už sledují program, který je vlastně ani nezajímá. Spousta dětí sleduje televizi

proto, že si sami nedovedou vybrat jinou zábavu. Možná by pomohlo, kdyby si rodina stanovila např. jeden večer bez televize, kdy se budou věnovat sobě navzájem. Na trhu je spousta společenských her, které zvládnou i nejmenší děti. Nic dětem nevynahradí čas, který s nimi rodiče mohou trávit.

3.2 Jak nás ovlivňuje reklama

Reklama, internet, média. I když si myslíme, že na naše chování nemají velký vliv a dokážeme se jim ubránit, opak je pravdou.

Pětiletý kluk říká své o rok starší sestře: Michelangelo, to je želva Ninja, vid'? Děvče odpovídá: Nesmysl. Michelangelo je počítačový virus. Tímto vtípem vyjadřuje Karel Nešpor, primář oddělení závislosti psychiatrické léčebny v Bohnicích, jak jsou dnešní děti ovlivněny moderními technologiemi.

Počítače a televize. Nic jiného nevystihuje lépe náplň života současné generace dětí. A také největší rozdíl mezi současnými dětmi a jejich rodiči, když bývali v jejich věku. Na televizi se dívali také, samozřejmě, jenže v ní v podstatě nic nebylo. Každopádně nebyli v dětském věku konfrontováni s reklamami a internetem. S pocitem, že něco nutně musejí mít, případně, že něco nutně musejí dělat.

Na příkladu z diskusí na webových stránkách rodina.cz si můžeme popsat ovlivnění reklamou v reálném životě. Kamila je třiatřicetiletá máma dvojčat. Z mateřské a platu jejího muže, který je učitel, vycházejí velmi obtížně. Přesto jejich třípokojový byt na ostravském sídlišti Poruba připomíná luxusní hračkářství. Každá holčička leží na podložce s barevnými nášivkami z různých materiálů. Nad hlavičkami jim visí hrazda, na které se houpou různě hrající, pískací a blýskající se hračky. „Každá dečka stála skoro dva tisíce, ale skvěle rozvíjí motorické schopnosti,“ pochvaluje si Kamila. „My jsme si hráli na obyčejné dece s jedním štěrkatkem. Přesto jsme zvládli vysoké školy. Podle toho, co mají naše děti, se zdá, že z nich budou nositelé Nobelových cen,“ dělá si z ní legraci její muž.

Kamila přiznává, že chce pro své děti to nejlepší, a tak se dokonce kvůli nákupu kvalitních hraček, které zná z reklam, zadlužuje. „Raději si odepřu věci pro sebe, ale pro dcery chci to nejlepší,“ tvrdí. Každou volnou chvíli tráví na internetu na stránkách, kde si maminky vyměňují zkušenosti s výchovou a projíždí různé reklamy na věci pro děti. Její známá má děti větší, osmiletou a desetiletou dceru. Říká, že jejich rodinný rozpočet nestačí na to, co

dcery potřebují. Každá má svůj vlastní mobil, dohromady mají dívky v pokoji počítač a televizi. Stěžují si, že potřebují každá vlastní televizi a vlastní notebook. Rodiče jim je slíbili koupit, i když by rodina mnohem více potřebovala doplatit nejrůznější splátky. „*Dítě přece musí mít svůj vlastní počítač, to je dnes nezbytné,*“ vysvětluje jejich máma.

Žijeme v době babyboomu a z reklam se na nás valí iluze spokojené rodiny s dětmi. Jen si všimněme rodin, které v reklamách pojídají jogurty, polévky z prášku a radují se nad bělostně čistým prádlem. Všichni vypadají šťastně, krásně a čistě. Ve světě reklam neexistují upracovaní, nervózní rodiče, zlobivé, ušpiněné a pokašlávající děti. „*Je těžké radit dospělým, aby dětem vysvětlili, že reklamy je třeba brát s rezervou, když vidíme dospělé hromadně nakupovat zázračné léky na hubnutí, krémy, které doplní mizející klouby, odstraní hluboké vrásky či za dvanáct dní poskytnou větší a pevnější prsa,*“ říká Hana Srpová, která se zabývá zkoumáním vlivu reklam na děti a přednáší na Filozofické fakultě Ostravské univerzity. Reklamu přirovnává k „živé vodě“, tedy iluzi, že pokud poslechneme reklamu, vše se v našem životě změní k lepšímu. „*Reklama vede děti k představě, že pravá spokojenost je spojena s nákupem nových a nových produktů. Ovšem, nejpozději kolem sedmého či osmého roku si děti jsou schopny uvědomit, že se reklamě nedá věřit. Stejně jako u dospělých to však nic nemění na jejich touze po produktech, které v ní vidí,*“ vysvětluje Srpová.

Odborníci se shodují, že dítě až do svých šesti let není schopno pochopit, co je to reklama. Když vidí, že někdo na internetu či v televizi vychvaluje určitou čokoládu či sušenku, mají pocit, že ta čokoláda či sušenka je zkrátka skvělá a měli by ji proto mít doma. Reklama a virtuální svět, ve kterém jsou všichni krásní, zdraví a úspěšní, se na děti valí od momentu, kdy otevrou první časopis, usednou poprvé k televizi, nebo se poprvé naučí surfovat na internetu. S vysvětlováním, kde je hranice této virtuální reality a skutečnosti, by tedy rodiče měli začít co nejdříve. Kdy? Každopádně mnohem dříve, než dítě propadne kouzlu internetu. Ten totiž dětský život nyní ovlivňuje nejvíce.

„*Měli bychom se mnohem více zamýšlet nad tím, jaký dopad tato kultura, či spíše nekultura bude na generaci současných dětí a mládeže jednou mít,*“ říká primář Karel Nešpor z bohnické psychiatrické léčebny v Praze. „*Nepopírám prospěšnost nových technologií, nevybízím k návratu k papyrusovým svitkům. Jen všem doporučuji maximální opatrnost,*“ vysvětluje Nešpor.

„Kdybychom hledali způsoby prevence, jak děti před možnými negativními dopady uchránit, do značné míry se to bude krýt s prevencí škod způsobených alkoholem, drogami a hazardem,“ říká Karel Nešpor. „I zde jsou totiž důležité na jedné straně vřelost, laskavost a zájem, na straně druhé schopnost prosazovat rozumná pravidla, rodičovský dohled a pevnost.“

Jenže v mnoha rodinách je to jinak. Rodiče se s dětmi mnohdy doslova předhánějí, kdo místo u počítače zaujme dříve. V těch „šťastnějších“, kde je počítačů více, to pak večer více než domov připomíná prostředí kdejaké firmy. Všichni sedí, mlčí a koukají na monitory. Opět můžeme uvést příklad z reálu, který popisuje matka jedenáctiletého syna. *„Mé pokusy svolat večer rodinu ke stolu, jsou velmi nepopulární, všichni žadoní, aby si mohli večeři vzít k počítači. V ložnici zírám na obrazovku manžel, v dětském pokoji syn. Já, unavená, zírám na televizi. To jsou naše večery. Víím, hrůza, ale stejně tak skoro každý den skončíme. Na druhé straně mi můj syn připadá mnohem chytřejší a má větší přehled, než jsem v jeho věku měla já. Často nás s manželem překvapí, kolik věcí ví a jaké má jasné názory. Kdepak jsi na to přišel, ptáme se a on říká: tak, normálně. Což si překládám, že to má z internetu,“* vypráví. Zároveň přiznává, že se často cítí jako špatná matka. *„Na jedné straně se na mě valí reklamy a časopisy, kde všichni působí jako šťastné rodiny, které mají spoustu společných aktivit, na straně druhé mé blízké baví jen televize a internet. Nevím, zda někde neselhávám já,“* pochybuje žena.

Jak z celého toho virtuálního zmatku ven? Co tahle říct si, že internet a spousta digitálních televizních programů jsou především skvělé věci. Mohou do našich životů vnést mnoho poznání i zábavy. Jen je třeba umět s nimi zacházet. A kdo jiný by to měl děti učit než jejich rodiče. Je to stejné, jako když učí děti chodit na záchod, číst nebo jezdit na kole. Jde to pomalu, někdy těžce, stojí to spoustu nervů a času, ale podaří se to. Kdyby rodiče dítě jen tak posadili na kolo a řekli, jeď, asi by se to naučilo málokteré. Mnohem více z nich by si pořádně natlouklo. Je proto zvláštní, že tolik rodičů dítě jen tak posadí k počítači či televizi. Přitom natlučení hrozí úplně stejně. Natlučení dětské duše. (<http://www.rodina.cz/clanek7187.htm>).

Ať tedy chceme nebo nechceme, reklama na nás útočí ze všech stran. Předškolní děti zatím nedovedou rozlišit reklamu od běžného programu v televizi. Proto jsou vánoční dopisy Ježíškovi plné hraček, které děti znají pouze z reklamy. A že jí v předvánočním čase je. Někteří rodiče se reklamě přizpůsobují, jiní koupí jenom část a jsou také zarputilí odpůrci.

Například v naší rodině to funguje tak, že z vánočního přání jsou splněny aspoň dvě věci, které si dítě přeje. Zbytek nakupujeme dle vlastního uvážení. U jídla je to podobné, občas zkusíme výrobek z reklamy, a je někdy pravdou, že děti výrobek zkusí a pak sami řeknou, že tohle fakt není to pravé. V sedmi letech už děti zjišťují, že reklama je vlastně marketingový tah firem, aby toho prodali co nejvíc. Jde o to, co nejvíce s dětmi mluvit o reklamě a jejím vlivu.

3.3 Děti a knihy

Říká se, že děti, kterým babičky čtou pohádky, se samy naučí číst dříve než děti, kterým nikdo nečte a které se dívají jenom na televizi.

Něco na tom je, ale není to pravda celá. Je známo např., že někteří nešťastní dyslektici jako předškolní děti hrozně rádi pohádky poslouchali, ale na známku ze čtení to ve škole žádný vliv nemělo. A slavný Hans Christian Andersen si dokonce pohádky sám vymýšlel a neprestal být dyslektikem. Na druhé straně však teprve dnešní psychologie nám dovede ukázat, jak veliký význam pro zdravý duševní vývoj dítěte má ono prosté předčítání pohádek. Za starých dob babičky pohádky dětem vyprávěly – to bylo ještě lepší. Ale pokud je dnes dětem čtou, spokojme se s tím. Je to pořád ještě dobré. Proč?

Matějček (2001) popisuje komentář známého švédského psychologa Ivara Lundberga. Pěkně vyložil, že když čteme pohádku (ostatně i když cokoli dětem večer v postýlce vypravujeme), mluvíme daleko zřetelněji, než když jim přes den dáváme všelijaké pokyny, výhrůžky a výstrahy. Naše řeč se pozoruhodně zpomalí, artikulace se pozoruhodně zlepší, takže, byť neuvědoměle, onen text vlastně přednášíme. Přitom slova, která se v textu objevují, jsou trochu jiná, než dítě slyší běžně z úst dospělých, nebo která se na ně hrnou z obrazovky. Obohacuje se tedy slovní zásoba. I věty mají trochu jinou skladbu. A vůbec všechno je trochu jiné. Dítě překračuje hranici všednosti a vstupuje do oblasti slovesného umění, tj. do světa literatury. Aniž o tom ví ono samo a aniž o tom vědí hodné babičky, maminky, dědečkové a všichni další domácí učitelé dítěte.

Je tu však ještě něco závažnějšího. Kdypak nejspíš čteme dětem pohádky? Když po shonu a ruchu dne už pěkně leží v postýlce a klid a mír vstupuje do naší domácnosti. To je ta pravá citová atmosféra, kdy veškeré vnější dění padá na úrodnou půdu. Tento prožitek

citové sounáležitosti dítěte a dospělých je patrně důležitější než sám obsah toho, co dítěti čteme nebo vyprávíme a z čeho by si snad mělo vzít poučení. Podstatné je, že dítěti je dobře a těm dospělým je také dobře. Když jsou děti konečně už v postýlce, dává to dospělým kolem nich pocit jistoty a bezpečí. Teď už se nemůže nic zlého stát. Teď už bude klid – a odpočinek! A stejně tak pro děti je to chvíle klidu a bezpečí. Jestliže jim někdo čte v postýlce pohádku, znamená to, že je u nich. A jen v přítomnosti „svých lidí“ zažívá malé dítě plné uspokojení své potřeby jistoty.

A jak si dítě onen pocit jistoty dobývá a chrání! Životní jistotu zvyšuje stálost a řád ve věcech. Děti mnohdy chtějí do nekonečna stále tutéž pohádku. Chtějí od vás slyšet stále týž příběh – a upozorní vás, když něco vynecháte nebo popletete. Chtějí také, aby děj pohádky byl konečný. Aby to, co má začátek, mělo i konec. A ovšem aby to všechno dobře dopadlo. A co to je „dobrý konec“, tomu se děti tady také vydatně učí. Proto není třeba kupovat stále nové a nové knížky, stačí rozumný výběr těch dobrých.

Klasická pohádka předčítaná či vyprávěná dětem v situacích intimity a citové jistoty je tedy významným činitelem ve vývoji osobnosti dítěte a především zajistí ve vývoji řeči a všech psychických funkcí s ní spojených. Je příznačné, že tam, kde děti něco takového zažívat nemohou, se vývoj řeči opoždí. Tak je tomu typicky u dětí vyrůstajících v dětských domovech. Ale statisticky významně (čili nenáhodně) nižší prospěch v českém jazyce jsme našli ještě i u školních dětí vyrůstajících v rodinách s problematickými citovými vztahy ve srovnání s dětmi z tzv. normálních rodin stejně ekonomicky a kulturně vyspělých.

Klasická pohádka, to je typický literární útvar vhodný pro předškolní a ještě i pro mladší školní věk. Její čas začíná kolem tří let, kdy dítě ve svém sociálním vývoji překračuje hranice svého primárního světa, tj. své rodiny, a vstupuje do společnosti druhých dětí, do školky a pak i do školy. Je to doba živé, neotřelé, tvořivé fantazie, jakou už nikdy později nebude mít. Ta sice pomůže našemu dítěti překlenout všechny možné logické nesrovnalosti pohádek, ale pozor, zcela nekonečná také není. Býváme svědky toho, že některé paní spisovatelky a páni spisovatelé se rozhodnou, že svou vlastní fantazijní tvořivostí děti prostě přetrumfnou a stvoří něco nevídaného. Někdy se jim to i podaří – ale pak jsme na oplátku svědky toho, jak rychle to přestane děti bavit. Nemůže-li si totiž dítě zařadit něco do okruhu své představivosti, prostě vypne – a snaha sebevědomých literárních tvůrců jde do prázdna.

Po osmi či devíti letech přijde už nová vývojová epocha a všechno bude vypadat jinak. Naším dětem se otevře další životní prostor a do jejich četby vstoupí dramatický děj a dobrodružství na pokračování. Akce, zápas, výboj, ale také hrdinství v obraně a ochraně těch slabších, pomoc, solidarita, obětavost, věrnost, to jsou hodnoty, které teď bude dítě poznávat v životě i v knížkách. Ale aby do této životní etapy mohlo dobře vstoupit a dobře ji prožít, musí být na to neméně dobře připraveno v etapě předchozí, tj. v době předškolní a časně školní – v době intimity a citové jistoty při poslouchání pohádek. V té době, kdy hrdinství v neotřelé fantazii našich dětí předznamenává jejich hrdinství v pozdějším životě. (Matějček in <http://www.rodina.cz/clanek2300.htm>)

3.4 Postavení knihy v rodině předškoláka

Zajímavý průzkum také provedla pedagožka Univerzity Palackého v Olomouci, PhDr. Eva Šmelová, Ph.D., ve kterém mapuje postavení knihy v rodině předškoláka.

Charakteristickým rysem období předškolního věku (vývojové období od dovršení 3. roku věku dítěte po vstup do školy, tzn. dovršení 6. roku života) je skutečnost, že jsou rozvinuty veškeré podstatné složky psychiky dítěte, a to vnímání, představivost, paměť, pozornost, myšlení a vůle. Dítě je schopné se soustředit na vyprávění, porozumět mu, avšak považuje je za realitu. Je nadšené, když se může vrátit ke skutečnostem, které ho zaujaly.

Prostřednictvím literárních textů je ovlivňována intelektuální, smyslová i emocionální stránka dítěte. Umělecké slovo je též nenahraditelné v rozvoji a postupném obohacování slovní zásoby dítěte, jeho vyjadřovacích schopnostech, uvědomování si krásy rodného jazyka. Je zdrojem poznávání a postupné orientace v prostředí, ve kterém dítě vyrůstá. Oblíbení hrdinové pohádek a dětských příběhů jsou častými vzory napodobování, chování a prožívání dětí.

Přesto si musíme uvědomit, že literatura pro předškolní věk má často neliterární podobu. Proměny slova ale dávají základ různým druhům umění pro tento věk i různým typům knihy. Předškolní věk je obdobím her, proto nelze opomenout, že kniha v rukou dítěte je jako jedna z jeho hraček, tzn., že vztah k potřebě jejího textu, ilustraci se postupně vytváří. Mezi významné zprostředkovatele, kteří mohou pozitivně ovlivnit vztah ke knize, patří dospělý člověk. Důležitou roli zde jistě sehrává blízká osoba dítěte, a to zejména rodiče.

Ve svém výzkumu se PhDr. Šmelová zaměřila na děti předškolního věku. Jako výzkumnou metodu zvolila dotazníkové šetření. Výzkumný vzorek představuje 80 rodin, jejichž dítě navštěvuje v současné době mateřskou školu.

Ve svém výzkumu se PhDr. Šmelová zajímala, co je **vodítkem při výběru knihy pro dítě**. Rodiče většinou při nákupu knihy pro své dítě vycházejí z toho, co sami uznají za vhodné, nebo z přání dítěte. Pouze v 8 % uvádějí, že se zajímají i o recenze. Žádný z rodičů neuvedl možnost využívání rady učitelky mateřské školy. Zde je zřejmá určitá absence škol ve spolupráci s rodiči v oblasti literární výchovy. Pouze 2 % rodičů využívají informací o knižních novinkách, a to pouze z informačních nástěnek mateřských škol. Kniha by měla odpovídat věku a rozumovým schopnostem dítěte a právě zde by učitelka měla být v roli poradce a vzdělavatele rodičů.

Rodiče se vyjadřovali k otázce, zda mateřská škola dává **dostatečný prostor dětem v přístupu ke knize**: 49 % rodičů uvedlo, že ano; 49 % uvedlo, že neví, neboť s dítětem se o tom nebaví; 2 % se domnívají, že nikoli. K zamyšlení pro pedagogy mateřských škol by bylo, zda forma prezentace nejenom novinek, ale literatury vhodné pro děti předškolního věku vůbec, je dostatečná. Rodiče by měli být seznamováni s knihami, s nimiž jejich děti přicházejí v mateřské škole do styku. Tak budou mít prostor pro vyprávění s dětmi o tom, co jim paní učitelka četla, která pohádka je zaujala, kdo se choval v příběhu správně či nesprávně a proč, co je dobro a co zlo apod.

Pro děti předškolního věku je literatura hodnotným **prostředkem pro komunikaci**, a to komunikaci vycházející ze dvou směrů – od dítěte a k dítěti. Ve směru od dítěte můžeme sledovat komunikaci tehdy, když dítě sděluje svoje názory, pocity, přání druhým dětem nebo dospělým. Málokdy se jedná o cílevědomou činnost, ale můžeme zde vidět obrovský prostor pro odhalování vnitřního světa dítěte. Ve směru k dítěti vystupuje literatura jako komunikační prostředek tehdy, když prostřednictvím emocionálně nasycených obrazů dítě získává informace o vnitřním světě druhých. Mateřské školy v této oblasti využívají různých forem spolupráce: informační nástěnky, rozhovory a besedy s rodiči, organizování výstavek knih apod.

Dále PhDr. Šmelová sledovala, kdy, za jakých **okolností** a jaký **žánr** kupují rodiče svým dětem. Více než 50 % rodičů uvádí, že sledují novinky prezentované v nabídkách různých nakladatelství. Knihy pro děti kupují rodiče většinou průběžně, nejčastěji kupují říkadla, pohádky a encyklopedie.

Právě **encyklopedie** mohou být cenným **zprostředkovatelem a zdrojem poznávání** dítěte. Jsou podnětem pro diskuzi, přemýšlení. Čím větší prostor dávají rodiče svým dětem k seznamování se se světem bohatým na fakta, tím lépe se děti učí orientovat se ve svém okolí a světě vůbec. Bez pohádkové knihy si taktéž nedokážeme představit svět dítěte, nenahraditelná role pohádek je dána zejména jejich magickými kořeny. Mezi další oblíbené žánry patří říkadla. Nelze opomenout, že dítě předškolního věku nemá ovšem ke knize jednotné a neměnné nároky, ty vyplývají z jeho postupného vývoje.

V současné době vystupují stále více do popředí masmédiá (rozhlas, televize), elektronická média (počítače, multimédia apod.). Děti předškolního věku ovládají dnes bez problémů počítačové hry. Děti mohou prostřednictvím nových médií ztrácet představu o stabilitě věcí, myšlenek a norem, neboť zejména v elektronických médiích není nic dlouho stabilní. Upozorňuje, že tato nestabilita je mnohem větší než v uměleckých dílech nebo v pohádkách.

Elektronická média a masmédiá zprostředkovávají rychlé a povrchní zážitky. Je samozřejmé, že např. ovládání počítačových her dnes patří i do světa předškoláků. Nelze si ale myslet, že nahradí třeba kvalitní literaturu, neboť ta je zdrojem stabilnějších zážitků, rozvíjí a kultivuje osobnost dítěte. Nová elektronická média obsahují jistě daleko více informací, jsou informačně bohatší. Proto je vhodné jejich vzájemné doplňování o tradiční literaturu bohatou na prožitky.

V rámci šetření se PhDr. Šmelová zajímala, zda si rodiče myslí, že knihu může nahradit televize, počítač nebo video. 67 % rodičů je přesvědčeno, že nikoli; 20 % je přesvědčeno, že ano; ostatní uvádějí, že neví a nemohou posoudit. Rodiče roli knihy nepodceňují. I když uvádějí, že jsou knihy značně drahé, přesto do nákupu knih pro své děti dosti investují. Otázkou zůstává, zda ale knihu v plné míře skutečně využívají. Blízká osoba je nejpřirozenějším partnerem dítěte, který by měl umět vytvořit přirozené citové prostředí, ve kterém je prostor pro intenzivní prožívání pozitivních mezilidských vztahů. Nelze opomenout, že televize, video, počítač nemohou být plnohodnotným partnerem dítěte.

Nestačí pouze dětem knihu vložit do ruky. Podle výzkumu PhDr. Šmelové pravidelně každý den čte svému dítěti 42 % rodičů, 34 % pouze když má čas, 24 % pouze když dítě projeví samo zájem. Zde se odráží časová zaneprázdněnost dnešních mladých rodičů, a tím i tendence nahrazovat osobní kontakt technikou. Pokud má dítě možnost výběru mezi

četbou knihy, sledováním televize, videa, poslechem CD nebo audiokazet, 40 % dětí preferuje četbu blízkou osobou, jinak většinou děti preferují právě video a televizi.

Dále se zajímala, které dětské knihy jsou nejoblíbenější. Jako nejoblíbenější knihy rodiče uváděli: Ferda mravenec, Maxipes Fík, Bob a Bobek, Víla Amálka, Medvídek Pú, Maková panenka, Pohádky o krtkovi a zejména pohádky, příběhy a říkadla o zvířátkách. Výrazná je preference českých autorů.

V další části výzkumu se PhDr. Šmelová zajímala, kde si děti ukládají knihy a zda rodiče dbají na to, aby děti knihy neničily. Knihy si děti v 60 % ukládají do vlastní knihovničky nebo společně se sourozencem. Mají vytvořené podmínky pro prohlížení knih dle vlastního přání, a to bez dohledu rodičů, což uvedlo 97 % respondentů. Rodiče současně uvádějí (69 %), že děti s knihou zacházejí opatrně. Pouze v 19 %, a to u 3–4letých dětí, využívají děti knih spíše jako doplněk pro hru, např. tunel, garáž apod. V těchto případech rodiče umožní dětem prohlížení knihy pouze pod dohledem.

Jistě by bylo velmi krátkozraké, kdybychom redukovali výchovu vztahu ke knize pouze na otázky, jak děti zacházejí s knihou, zda obracejí šetrně listy, zda do knihy nekreslí apod. Dítě předškolního věku ještě není čtenářem v pravém slova smyslu. Zpočátku naslouchá, pojmenovává, vypráví. Pokud nám jde opravdu o výchovu ke knize, potom je třeba se zaměřit nejenom na výše uvedené dovednosti, ale zejména na vnitřní touhu dítěte po obsahu.

V průzkumu dále sledovala, zda jsou rodiče **návštěvníky veřejných knihoven**. Dítě v průběhu života často přebírá celou řadu vzorců chování od svých rodičů, blízkých osob. Proto i skutečnost, zda si rodiče kupují knihy či navštěvují veřejnou knihovnu, může dítě brát jako běžnou součást života. 62 % rodičů uvedlo, že knihovnu nenavštěvuje, neboť mají dostatek knih doma; 6 % rodičů knihovnu nenavštěvuje, neboť v jejich místě bydliště knihovna není.

Pouze 32 % rodičů navštěvuje knihovnu, bere děti s sebou a současně navštěvují dětské oddělení. Dětem umožní knihy nejenom prohlížet, ale i půjčit domů. Příklad rodičů je jistě významný. Pokud rodiče svůj volný čas vyplňují četbou a kniha je neodmyslitelnou součástí jejich hodnotového systému, lze předpokládat, že uvedené skutečnosti ovlivní pozitivně vztah dítěte ke knize a budou spjaty se čtenářskými počátky dítěte.

Provedené šetření dává pouze zúžený pohled na problematiku věci. Jistě by bylo přínosné a zajímavé zkoumat daný problém z více pohledů, např. v souvislosti s životním stylem rodiny, vzděláním, věkem rodičů apod. Tato témata ale přesahují realizované šetření.

(<http://www.rodina.cz/clanek3877.htm>)

„Kontakt s knížkou nebo časopisem, který dospělý předškolnímu dítěti zprostředkuje, pomáhá vytvářet povědomí kulturních souvislostí, vytváří schopnost orientovat se v umění a stává se silou, která vstupuje do přediva interakce dítěte v rodině a společnosti a pomáhá zušlechťovat jeho myšlení a city.“ (Opravilová, 1985)

Bezpochyby se každý z nás může podepsat pod tvrzení, že čas strávený s knihou v ruce je daleko užitečnější, než čas strávený u televize nebo u počítače. Spousta rodičů čte dětem od nejtěššího věku. Začínají leporely, dále pak říkankové knížky až po knížky s pohádkami. Nejmenší děti milují, když se příběhy opakují a vyžadují, aby jim rodiče četli stále tutéž pohádku. Hodně dětí bez pohádky neusne a to je jenom dobře, protože v tomto případě si rodiče udělají ve svém programu aspoň kousek času, který svému dítěti věnují. Čím častější čtení, tím větší láska ke knihám se v dítěti rozvíjí. V naší rodině byla kniha nejoblíbenějším dárkem. Takže i v mé současné rodině děti dostávají knihy k vánocům, narozeninám, ke dni dětí. Po vstupu do školy, kdy se dítě už naučí číst samo, je důležité, aby rodiče podporovali samostatné čtení. Je prokázáno, že děti, kterým rodiče čtou a které si později čtou samy, mají větší slovní zásobu a daleko lepší vyjadřování než děti, které čtou méně. Zájem o čtení také podporují návštěvy knihovny, kdy si dítě může vybrat z nepřeberného množství titulů. Knihovny také pořádají besedy a v poslední době také noci s Andersenem, kdy děti v knihovnách přespí. Každá aktivita, která dítě přitáhne ke knize od televize je proto velice žádoucí.

3.5 Děti a počítače

Hodně rodičů si klade otázku, kolik času může jejich dítě trávit u počítače, aniž by se na něm stalo závislým. Vysokoškolský pedagog a publicista s výzkumnou praxí v oblasti vlivu médií na osobnost PhDr. Jaroslav Urban ve svém článku zveřejněném na internetových stránkách radí následovně.

Zpravidla se doporučuje, aby děti do sedmi let nehrály déle jak třicet minut denně, děti od osmi do devíti let maximálně tři čtvrtě hodiny a děti ve věku deset a více let maximálně

hodinu. Nejde však jen o hru samotnou, případný negativní vliv převažující „počítačové“ komunikace posilují i nepříznivé podmínky v rodině, například zvýšená izolace jednotlivých členů rodiny. Ve správně fungující rodině, kde se všichni členové společně dobře pobaví dvě hodiny při hraní her, žádná závislost nehrozí. Hra je v tomto případě pouze doplňkem kvalitně stráveného času, ale ne prostředkem úniku. V momentě, kdy ale jednotliví členové rodiny připomínají spíše osamělé trosečníky a k médiím se utíkají jako k „náhradnímu světu“, může nastat veliký problém. Děti potřebují ve vztahu k počítačovým hrám nějakého průvodce. Potřebují, aby jim na začátku někdo vysvětlil, proč jsou věci tak či onak, že se jedná jen o určitou fikci, která nám slouží k odreagování. Rodiče v této věci sehrávají klíčovou úlohu.

Zde jsou některé tipy pro rodiče, jak minimalizovat riziko počítačové závislosti u dětí:

- Objevujte společně se svými dětmi svět počítačových her. Nechte si od dětí vysvětlit, jaké hrají hry, jaké v nich musí plnit úkoly a alespoň občas si je také společně se svými dětmi zahrajte.
- Prokažte svým dětem uznání za to, co ve hře dokázaly. Dbejte na to, aby vaše dítě hrálo hry, které jsou doporučené pro jeho věkovou kategorii - při nákupu si nechte hry ukázat, abyste si sami mohli udělat obrázek, zda jsou pro vaše děti vhodné.
- Mluvte s dítětem o tom, proč právě konkrétní hry rádo hraje, a snažte se zjistit, co je pro vašeho potomka právě na těchto hrách tak zajímavé.
- Domluvte si jasná pravidla, jak často a jak dlouho se může počítačovým hrám věnovat a dohlédněte na to, aby tato pravidla byla dodržována.
- Snažte se dítě vést také k jiným koníčkům.
- Nepoužívejte počítačové hry jako prostředek odměny, či trestu - to vede následně k tomu, že mladí lidé význam počítačových her přeceňují.

(<http://www.rodina.cz/clanek7807.htm>)

V současné době, kdy dochází k velkému rozmachu informačních technologií, je docela nemyslitelné odtrhnou děti od počítačů úplně. Nejde totiž jenom o to, že děti si na počítači hrají, ale také o to, že na počítači se lze vzdělávat. Jako rodiče tedy musíme spíše regulovat čas u počítače strávený a také kontrolovat to, co dítě na počítači dělá, aby ten čas, který zde tráví, byl celkem užitečně využit. Každá hra potřebuje návod a také čas strávený u

počítačů jakýsi návod vyžaduje. Naučme tedy děti využívat počítač efektivně tím, že jim ukážeme možnosti, jak ho využívat co nejlépe. Je na místě kontrolovat děti, co na počítači vlastně dělají, které internetové stránky navštěvují. Mluvme s dětmi o rizicích, která virtuální svět obsahuje. O tom, že nesmí poskytovat své osobní údaje cizím lidem, stejně jako rodinné a osobní fotografie. Mluvme s dětmi o tom, co je bezpečné a co je škodlivé. Je jisté, že ve svém životě se bez počítače neobejdou, ale je potřeba, aby je počítačový svět úplně nepohltil a nevyměnily reálný svět za svět virtuální.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU

Praktická část výzkumu je zaměřena za zjištění míry užívání médií dětmi předškolního a mladšího školního věku. Jak často a jakým způsobem děti sledují televizi (TV), kolik času tráví u počítačů (PC), zda a jak často jim rodiče čtou a v neposlední řadě také to, jak jsou děti ovlivnitelné reklamou.

4.1 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je zmapovat užívání médií dětmi předškolního a mladšího školního věku. Zjistit a zhodnotit, jak dlouho a jakým způsobem sledují média a jak jsou médii ovlivňovány.

4.1.1 Dílčí cíle výzkumu

1. Vytvořit dotazník pro mapování způsobu užívání médií
2. Zmapovat užívání televize, PC, časopisů a knih u dětí předškolního a mladšího školního věku.
3. Získaná data analyzovat, interpretovat a komparovat v rámci jednotlivých proměnných.

4.2 Výzkumné otázky

Vzhledem ke stanoveným cílům výzkumu jsem stanovila následující výzkumné otázky:

1. *Jakým způsobem děti využívají média?*
2. *Jak často a jaké pořady děti sledují v televizi?*
3. *Kolik času a jakým způsobem děti tráví čas u počítače?*
4. *Jakým způsobem ovlivňuje reklama děti při výběru zboží?*
5. *Jak často rodiče svým dětem čtou?*

4.3 Hypotézy výzkumu

K výzkumným otázkám jsem zformulovala následující hypotézy výzkumu:

1. *Předpokládáme, že se předškolní děti dívají na televizi více než děti mladšího školního věku.*
2. *Předpokládáme, že děti školního věku věnují více času počítačům než děti předškolního věku.*
3. *Předpokládáme, že se děti dívají na televizi více o víkendu než v týdnu.*
4. *Předpokládáme, že rodiče čtou dětem více před spaním než během dne.*
5. *Předpokládáme, že rodiče dětem kupují podle reklamy častěji jídlo než hračky.*

Ověření stanovených hypotéz bude probíhat pomocí testu nezávislosti chí-kvadrát pro čtyřpolní tabulku pro hypotézy č. 1 a 2 a testu dobré shody chí-kvadrát pro hypotézu č. 3, 4 a 5.

4.4 Výzkumný vzorek

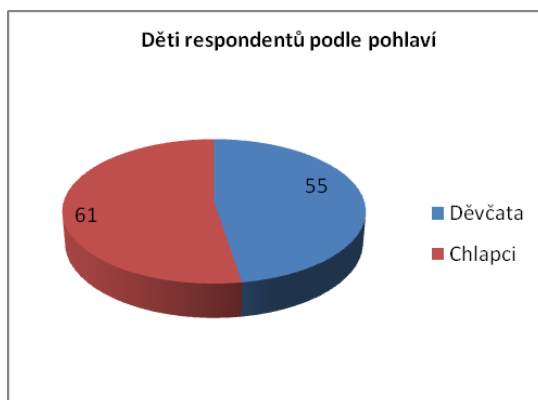
Struktura zkoumaného vzorku respondentů

Výzkumu se zúčastnilo 116 respondentů, jejichž děti jsou ve věku od 4 do 10 let

Tabulka 1 Složení vzorku respondentů podle pohlaví dětí

	Počet	Procenta
Děvčata	55	47
Chlapci	61	53
Celkem	116	100

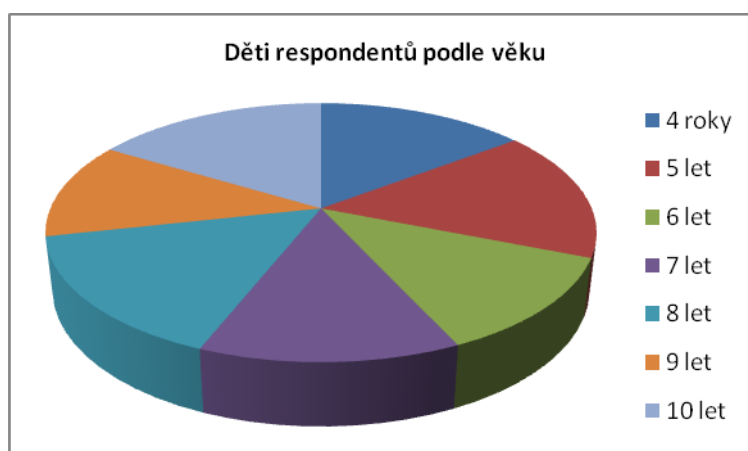
Graf 1 Děti respondentů podle pohlaví



Tabulka 2 Složení vzorku respondentů podle věku dětí

	Počet	Procenta
4 roky	17	15
5 let	19	16
6 let	14	12
7 let	15	13
8 let	18	16
9 let	14	12
10 let	19	16
Celkem	116	100

Graf 2 Děti respondentů podle věku



4.5 Metody výzkumu

Pro získání dat byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Jako výzkumný nástroj metody dotazníkového šetření jsem zvolila dotazník, který umožňuje poměrně rychle shromažďovat data od velkého počtu respondentů.

Dotazník obsahuje 23 otázek. Prvních sedm otázek se zabývá mírou a způsobem sledovanosti televize. Další čtyři otázky se dotazují na míru a způsob užívání počítače. Následujících pět otázek je věnováno časopisům a knihám a tři otázky reklamě a jejímu vlivu. V poslední části dotazníku jsou otázky týkající se věku a pohlaví dítěte a věku a vzdělání rodičů.

V dotazníku byly použity otázky:

- **uzavřené**, z nichž na některé bylo možno zatrhnout více odpovědí.

Příklad uzavřené otázky:

Ve kterou denní dobu dětem čtete?

- a) *dopoledne*
- b) *odpoledne*
- c) *před spaním*

- **polouzavřené**, kdy respondenti upřesňovali své odpovědi.

Příklad polouzavřené otázky:

Kupujete svým dětem časopisy?

- a) *ano – jaké?*
- b) *ne*

Sběr dat pobíhal pomocí dotazníku dvěma způsoby. Po dohodě s vedením Mateřské školy a Základní školy ve Vlachovicích jsem dotazníky rozdala ve třídách dětem, které je pak následně předaly doma svým rodičům a vyplněné přinesly zpět svým vyučujícím. Ve druhém případě jsem využila sociálních sítí a internetu, přes který jsem dotazník rozeslala svým známým, o kterých vím, že mají dítě odpovídajícího věku.

Ve zpracování výzkumu nerozlišují způsoby sběru vyplněných dotazníků.

Výsledky výzkumu byly zpracovány pomocí tabulek četností vytvořených v programu excell.

4.6 Harmonogram výzkumu

Výzkumné šetření probíhalo dle následujícího harmonogramu:

Tabulka 3 Harmonogram výzkumu

Termín	Aktivita
10. - 15. 11. 2010	Příprava obsahu dotazníku
1. - 10. 12. 2010	Distribuce dotazníků do ZŠ a MŠ
	Uveřejnění dotazníku na webu
15. - 31. 12. 2010	Sběr vyplněných dotazníků
1. - 31. ledna 2011	Vyhodnocení dotazníků

5 ANALÝZA A INTERPRETACE ZÍSKANÝCH DAT

Získaná data jsou uspořádané podle položek dotazníku a jsou analyzována formou tabulek četností a doplněná komentáři.

5.1 Výsledky výzkumu - předškolní věk

V této kapitole se zabývám vyhodnocením dotazníků pro děti předškolního věku.

Otázka č. 1 Jak často se Vaše dítě dívá na televizi?

Tabulka 4 *Doba strávená u televize*

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
vůbec												
méně než hodinu	3	4	33%	50%	2	1	22%	10%	1		13%	
1-2 hodiny	5	4	56%	50%	6	4	67%	40%	7	5	87%	83%
3-4 hodiny	1		11%		1	4	11%	40%		1		17%
více než 4 h						1		10%				
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Více než 50% dětí předškolního věku tráví u televize 1-2 hodiny denně a zhruba 30% rodičů uvádí, že se jejich děti dívají méně než hodinu. Pouze v jednom případě denní doba sledovanosti překračuje 4 hodiny.

Otázka č. 2 Vaše dítě se na televizi dívá:

Tabulka 5 *Doba, kdy dítě sleduje televizi*

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
více v týdnu	3	7	33%	83%	2	5	22%	50%	1	1	13%	17%
více o víkendu	6	1	67%	13%	7	5	78%	50%	7	5	87%	83%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Více než dvě třetiny děvčat sleduje televizi více o víkendech. U chlapců je to vyrovnanější, mladší děti se dívají více v týdnu a starší děti naopak přes víkend. S přibývajícím věkem se míra sledovanosti rozlišuje, čtyřletí chlapci sledují televizi v týdnu v 83%, ovšem 6-ti letí již pouze v 17%.

Otázka č. 3 Sleduje Vaše dítě více:

Tabulka 6 Preference pořadů

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
TV pořady	3	3	33%	38%	4	6	44%	60%	3	3	38%	50%
DVD	6	5	67%	62%	5	4	56%	40%	5	3	62%	50%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Dívky a nejmladší chlapci sledují spíše pořady na DVD, a to většinou pohádky. Méně než polovina dětí dává přednost dětským pořadům ve vysílání televize.

Otázka č. 4 Jaké pořady Vaše dítě v televizi sleduje? (více možností)

Tabulka 7 Druh sledovaných pořadů

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
dětské pořady	9	8	100%	100%	9	10	82%	84%	8	6	100%	100%
zábavné pořady					1		9%					
pořady pro dospělé												
zpravodajství						1		8%				
jiné					1	1	9%	8%				
celkem	9	8	100%	100%	11	12	100%	100%	8	6	100%	100%

Největší podíl na sledovanosti mají dětské pořady, a to zejména pohádky. Pouze jedno dítě sleduje zpravodajství, a pokud bylo uvedeno jiné, tak šlo o přírodovědné dokumenty.

Otázka č. 5 Sledujete televizi společně s dítětem?*Tabulka 8 Přítomnost rodičů u televize*

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano		1		12%					1		13%	
většinou ano	6	3	67%	38%	4	5	44%	50%	5	5	62%	83%
většinou ne	3	4	33%	50%	5	5	56%	50%	2	1	25%	17%
ne												
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

U dětí předškolního věku většina rodičů uvedla, že televizi s dětmi většinou sleduje. Zhruba 40 % rodičů uvádí, že televizi s dětmi nesleduje.

Otázka č. 6 Dovolíte dětem sledovat pořady s agresivní tematikou? (tragické události, násilné scény.)*Tabulka 9 Agrese u televize*

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano												
ne	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Žádní rodiče dětí předškolního věku nedovolí svým dětem sledovat v televizi tragické zprávy nebo pořady s agresivní tematikou. Ve 100% případech se vyjádřili rodiče k agresivní tematice negativně.

Otázka č. 7 Hrají si Vaše děti na hrdiny z televize?*Tabulka 10 Hra na hrdiny*

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	3	3	33%	38%	4	3	44%	30%	4	3	50%	50%
ne	6	5	67%	62%	5	7	56%	70%	4	3	50%	50%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Děti si na televizní hrdiny moc nehrají, uvádí to přibližně 65 % rodičů. Pokud ano, tak u holčiček vítězí princezny a u chlapců Spidermani. Ve všech uvedených případech šlo o kladné hrdiny.

Otázka č. 8 Jakou dobu denně tráví Vaše dítě u PC?*Tabulka 11 Doba strávená u PC*

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
vůbec	2	2	22%	25%	2	2	22%	20%	1	2	13%	33%
méně než hodinu	7	6	78%	75%	5	6	56%	60%	7	2	87%	33%
1-2 hodiny					2	2	22%	20%		2		33%
více než 2 hodiny												
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Více než 80% rodičů uvedlo, že čas strávený u PC je kratší než hodinu denně a dvacet procent dokonce vůbec. Ve dvou případech rodina nemá doma PC. Podíl u chlapců a dívek je téměř vyrovnaný, pouze u šestiletých je 33% chlapců u PC jednu až dvě hodiny denně.

Otázka č. 9 Víte, co Vaše dítě sleduje na PC?

Tabulka 12 Znalost sledovaných programů

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	7	6	78%	75%	7	8	78%	80%	7	4	87%	67%
ne												
nehodící se	2	2	22%	25%	2	2	22%	20%	1	2	13%	33%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Ve všech případech rodiče vědí, co jejich děti na PC sledují. Pokud je nehodící se, jde o případy, kdy děti na PC nechodí vůbec.

Otázka č. 10 Co Vaše dítě sleduje na PC?

Tabulka 13 Skladba programu na PC

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
hraje hry	6	6	67%	75%	7	6	78%	60%	7	4	78,0%	67%
vyhledává na síti	1		11%			2		20%	1		11%	
chatuje												
nehodící se	2	2	22%	25%	2	2	22%	20%	1	2	11%	33%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	9	6	100%	100%

Téměř 70% dětí hraje PC hry nebo vzdělávací programy pro tento věk. Pokud vyhledávají na síti, tak za pomoci rodičů pohádky nebo písničky, většinou na youtube. V případech, kdy je uvedeno nehodící se, děti na počítač nechodí nebo počítač vůbec nevládní.

Otázka č. 11 Zapínáte dítěti TV nebo PC jako „odkladiště“, když potřebujete čas pro sebe?

Tabulka 14 TV nebo PC jako odkladiště?

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ne	2	5	22%	63%	4	3	44%	30%	3	2	38%	33%
spíše ne	2	2	22%	25%	4	3	44%	30%	3	1	38%	17%
spíše ano	4	1	44%	12%	1	3	12%	30%	2	2	24%	33%
ano	1		12%			1		10%		1		17%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Dvě třetiny rodičů nepoužívá televizi jako odkladiště pro své děti. S tímto plně souhlasí pouze 3 rodiče a jedna třetina se vyjádřila, že spíše používá. Ve většině případů se jedná o situace, kdy maminka potřebuje uvařit nebo uklidit a dítěti pustí pohádky.

Otázka č. 12 Kupujete svým dětem časopisy?

Tabulka 15 Kupování časopisů

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	6	4	67%	50%	8	6	89%	60%	8	5	100%	83%
ne	3	4	33%	50%	1	4	11%	40%		1		17%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

80% rodičů svým dětem časopisy kupuje, více děvčatům. Nejvíce se kupují časopisy pro předškoláky – Méd'a Pusík, Sluníčko, Princezny, Medvídek Pú.

Otázka č. 13 Pokud ano, co ovlivňuje výběr časopisu?

Tabulka 16 Důvod výběru časopisu

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
reklama												
doporučení známých	1		11%		1		11%					
vlastní zkušenost	4	3	44%	38%	5	5	56%	50%	8	4	100%	66%
ostatní důvody	1	1	11%	12%	2	1	22%	10%		1		17%
nehodící se	3	4	34%	50%	1	4	11%	40%		1		17%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

60% rodičů se řídí při koupi časopisů vlastními zkušenostmi, v 15% byly uvedeny jiné důvody, týkající se většinou zájmů dětí (časopisy o psech, zvířatech), je-li uvedeno nehodící se, tak jde o rodiče, kteří časopisy nekupují

Otázka č. 14 Čtete svým dětem knížky?

Tabulka 17 Četba dětem

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	9	7	100%	83%	9	9	100%	90%	8	6	100%	100%
ne		1		13%		1		10%				
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Naprostá většina rodičů svým dětem čte knížky, pouze dva respondenti uvedli, že nikoliv. V předškolním věku se ještě nesetkáváme se situací, kdy by si děti četly samy, ale v mnoha případech si knížky často a rádi prohlížejí.

Otázka č. 15 Pokud ano, jak často?

Tabulka 18 Četnost četby

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
každý den	7	6	78%	74%	1	5	11%	50%	2	2	25%	33%
4-6x týdně	2	1	22%	13%	6	1	67%	10%	2	1	25%	17%
1-3x týdně		1		13%	2	3	22%	30%	4	3	50%	50%
nehodící se (ne)						1		10%				
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Téměř 60% rodičů čte svým dětem minimálně 4 týdně, u nejmenších dětí v 80% čtou rodiče dětem každý den.

Otázka č. 16 Ve kterou denní dobu dětem čtete?

Tabulka 19 Nejčastější doba čtení

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
dopoledne		1		10%								
odpoledne	1	1	10%	10%		1		9%				
večer	9	8	90%	80%	9	9	100%	82%	8	6	100%	100%
nehodící se (ne)						1		9%				
celkem	10	10	100%	100%	9	11	100%	100%	8	6	100%	100%

Nejčastěji rodiče svým dětem čtou před spaním, a to až v 90%.

Otázka č. 17 Kupujete svým dětem výrobky z reklamy?

Tabulka 20 Nákupy podle reklamy

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	4	4	44%	50%	7	7	78%	70%	6	5	75%	83%
ne	5	4	56%	50%	2	3	22%	30%	2	1	25%	17%
celkem	9	8	100%	100%	9	10	100%	100%	8	6	100%	100%

Dvě třetiny rodičů se při nákupech nechávají ovlivnit přáním dětí podle reklamy. Při pohledu na výsledky je patrné, že poměr mezi pohlavími je vyrovnaný.

Otázka č. 18 Pokud ano, jaké?

Tabulka 21 Nakupované výrobky podle reklamy

	4 roky				5 let				6 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
hračky	3	2	23%	16%	6	5	38%	36%	4	4	22%	40%
časopisy	1		8%		1	2	6%	14%		2		20%
CD, DVD		1		9%	1	2	6%	14%	2	1	11%	10%
sladkosti	2	4	15%	33%	3	1	19%	7%	5		28%	
jídlo	2	1	15%	9%	3	1	19%	7%	5	2	28%	20%
nehodící se (ne)	5	4	39%	33%	2	3	12%	22%	2	1	11%	10%
celkem	13	12	100%	100%	16	14	100%	100%	18	10	100%	100%

Nejčastěji se děti nechají ovlivnit reklamou na hračky a jídlo (zejména jogurty a sýry). Pokud rodiče uvádějí hračky, tak jde o dárky k narozeninám a vánocům.

5.2 Výsledky výzkumu – mladší školní věk

V této kapitole jsem analyzovala odpovědi z dotazníků rodičů dětí na prvním stupni základní školy.

Otázka č. 1 Jak často se Vaše dítě dívá na televizi?*Tabulka 22 Doba strávená u televize*

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
vůbec																
méně než hodinu	1	3	17%	33%		1		10%	2		28%			2		18%
1-2 hodiny	2	5	33%	56%	7	8	88%	80%	5	2	72%	28%	6	9	75%	82%
3-4 hodiny	3	1	50%	11%	1	1	22%	10%		5		72%	2		25%	
více než 4 h																
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

Děti předškolního věku tráví u televize více času než předškoláci, téměř 70% rodičů uvádí jednu až dvě hodiny denně.

Otázka č. 2 Vaše dítě se na televizi dívá:*Tabulka 23 Doba, kdy dítě sleduje televizi*

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
více v týdnu	1	2	17%	22%		3		30%	1	2	14%	28%	1	2	13%	18%
více o víkendu	5	7	83%	78%	8	7	100%	70%	6	5	86%	72%	7	9	83%	82%
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

Dvě třetiny dětí sledují televizi více o víkendu. Je to dáno také tím, že školní děti už mají v týdnu více povinností a také zájmových kroužků.

Otázka č. 3 Sleduje Vaše dítě více:*Tabulka 24 Preference pořadů*

	7 let	8 let	9 let	10 let
--	-------	-------	-------	--------

	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
TV pořady	5	7	83%	78%	5	7	63%	70%	4	4	57%	57%	7	10	83%	91%
DVD	1	2	17%	22%	3	3	37%	30%	3	3	43%	43%	1	1	17%	9%
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

Starší děti upřednostňují více pořady vysílané přímo v televizi, udává to více než 70% rodičů.

Otázka č. 4 Jaké pořady Vaše dítě v televizi sleduje?

Tabulka 25 Druh sledovaných pořadů

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
dětské pořady	6	6	67%	60%	8	7	73%	41%	6	5	50%	56%	7	8	46%	44%
zábavné pořady	1	2	11%	20%	2	3	18%	18%	5	2	42%	22%	5	6	33%	33%
pořady pro dospělé						3	18%	18%		1	11%	11%	1	1	7%	6%
zpravodajství	1	1	11%	10%	1	1	9%	5%					1	1	7%	6%
jiné	1	1	11%	10%		3	18%	18%	1	1	8%	11%	1	2	7%	11%
celkem	9	10	100%	100%	11	17	100%	100%	12	9	100%	100%	15	18	100%	100%

Dvě třetiny dětí stále sledují dětské pořady, ale také už i zábavné pořady typu Česko hledá superstar, případně televizní soutěže. Pokud se děti dívají na pořady pro dospělé pořady, byly uváděny hlavně seriály. Pokud je uvedeno jiné, a to většinou u chlapců, jde většinou o sportovní přenosy.

Otázka č. 5 Sledujete televizi s dítětem?

Tabulka 26 Přítomnost rodičů u televize

	7 let	8 let	9 let	10 let
--	-------	-------	-------	--------

	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	1	2	17%	22%					2		28%		2	4	25%	36%
většinou ano	3	2	50%	22%	5	7	63%	70%	3	7	44%	100%	6	7	75%	64%
většinou ne	2	4	33%	45%	3	2	37%	20%	2		28%					
ne		1		11%		1		10%								
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

Dvě třetiny rodičů většinou sledují televizní program společně s dítětem.

Otázka č. 6 Dovolíte dětem sledovat pořady s agresivní tematikou? (tragické události, násilné scény.)

Tabulka 27 Agrese u televize

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano		3		33%		4		40%	1		14%		4		36%	
ne	6	6	100%	67%	8	6	100%	60%	6	7	86%	100%	8	7	100%	64%
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

80 % rodičů nedovoluje dětem sledovat násilné scény v televizi. Pokud ano, jde zejména o sledování zpráv, a to hlavně z preventivních důvodů. (jako ochrany před situacemi, které mohou děti potkat)

Otázka č. 7 Hrají si Vaše děti na hrdiny z televize?

Tabulka 28 Hra na hrdiny

	7 let	8 let	9 let	10 let
--	-------	-------	-------	--------

	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	1	6	17%	67%	2	8	25%	80%	1	5	14%	71%		3		27%
ne	5	3	93%	33%	6	2	75%	20%	6	2	86%	29%	8	8	100%	73%
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

U starších dětí se filmoví hrdinové už moc neprojevují, u děvčat téměř vůbec a u chlapců je to třetina. Chlapci si většinou hrají na Spidermany, piráty, rytíře. Děvčata na Barbie. V každém případě jde o hrdiny kladné.

Otázka č. 8 Jakou dobu tráví Vaše dítě u PC?

Tabulka 29 Doba strávená u PC

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
vůbec					1	1	12,5%	10%								
méně než hodinu	5	5	93%	56%	6	6	75,0%	60%	6	1	86%	14%	2	3	25%	27%
1-2 hodiny	1	4	17%	44%	1	2	12,5%	20%	1	5	14%	72%	6	8	75%	73%
více než 2 hodiny						1		10%		1		14%				
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

U starších dětí je počet strávených hodin celkem vyrovnaný. 70% je to mezi hodinou až dvěma denně. Dva případy, kdy děti netráví u počítače žádný čas, jsou způsobeny tím, že v rodině počítač není. Je zajímavé, že starší chlapci ve věku 9 a 10 let tráví u počítačů více času než dívky, v nižším věku je to vyrovnanější.

Otázka č. 9 Víte, co Vaše dítě sleduje na PC?

Tabulka 30 Znalost sledovaných programů

	7 let	8 let	9 let	10 let
--	-------	-------	-------	--------

	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	6	9	100%	100%	6	9	75%	90%	7	7	100%	100%	8	10	100%	91%
ne					1		12,5%						1			9%
nehodící se					1	1	12,5%	10%								
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

V 90-ti % případů rodiče kontrolují, co jejich děti sledují na počítači. Pouze v jednom případě u děvčat a v jednom u chlapců tomu tak není. Případy nehodící se jsou ty, které v předchozí otázce uvedly, že děti na počítač nechodí.

Otázka č. 10 Co Vaše dítě sleduje na PC?

Tabulka 31 Skladba programu

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
hraje hry	6	9	86%	100%	5	9	62,5%	69%	5	7	62,5%	100%	7	11	64%	73%
Vyhledává na síti						2		15%	2		25%		2	3	18%	20%
chatuje	1		14%		1	1	12,5%	8%	1		12,5%		2	1	18%	7%
nehodící se					2	1	25%	8%								
celkem	7	9	100%	100%	8	13	100%	100%	8	7	100%	100%	11	15	100%	100%

Také 2/3 starších dětí hraje na počítači hry, děvčata oblíkačky, chlapci auta a akční. Hodně dětí také hraje hry na sociálních sítích. V tomto věku už se také projevuje komunikace na síti (chatování). Děti také více vyhledávají na síti materiály do vyučování.

Otázka č. 11 Zapínáte dítěti TV nebo PC jako „odkladiště“, když potřebujete čas pro sebe?

Tabulka 32 TV nebo PC jako odkladiště

	7 let	8 let	9 let	10 let
--	-------	-------	-------	--------

každý den	2	2	33%	22%		2		20%	2		29%		1		9%	
4-6x týdně		2		22%									1	4	12,5%	36%
1-3x týdně	3	3	50%	34%	6	7	75%	70%	1	3	14%	43%	2	2	28%	19%
nehodící se (ne)	1	2	17%	22%	2	1	25%	10%	4	4	57%	57%	5	4	62,5%	36%
celkem	6	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

V tomto věku už rodiče dětem čtou méně. Děti si čtou spíše samy, a to max. 3x týdně. Každý den čtou rodiče pouze jedné čtvrtině, a to zejména těm mladším ve věku 7 let.

Otázka č. 16 Ve kterou denní dobu dětem čtete?

Tabulka 37 Nejčastější doba čtení

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
dopoledne																
odpoledne	1	1	14%	11%		2		18%		1		14%		1		9%
večer	5	7	72%	78%	6	8	75%	73%	3	2	43%	29%	4	6	50%	55%
nehodící se (ne)	1	1	14%	11%	2	1	25%	9%	4	4	57%	57%	4	4	50%	36%
celkem	7	9	100%	100%	8	11	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

Dvě třetiny dětí si čte sama anebo jim čtou rodiče večer před spaním. Odpoledne si čte pouze 15% dětí.

Otázka č. 17 Kupujete dětem výrobky, které znají z reklamy?

Tabulka 38 Nákupy podle reklamy

	7 let	8 let	9 let	10 let
--	-------	-------	-------	--------

	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
ano	3	5	50%	56%	4	5	50%	50%	5	4	71%	57%	2	3	25%	27%
ne	6	4	50%	44%	4	5	50%	50%	2	3	29%	43%	6	8	75%	73%
celkem	9	9	100%	100%	8	10	100%	100%	7	7	100%	100%	8	11	100%	100%

Starší děti se nechají ovlivnit reklamou méně, rodiče tak často podle reklamy nenakupují. Kladně na tuto otázku odpověděla polovina převážně těch mladších dětí.

Otázka č. 18 Pokud ano, jaké?

Tabulka 39 Nakupované výrobky podle reklamy

	7 let				8 let				9 let				10 let			
	absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost		absolutní hodnota		relativní četnost	
	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci	dívky	chlapci
hračky	2	3	25%	20%	3	3	28%	15%	3		23%		1	2	8,5%	14%
časopisy					1	1	9%	5%	1	1	8%	10%	1	1	8,5%	7%
CD, DVD	1	1	12,5%	6%		3		15%	3	2	23%	20%	2		16%	
sladkosti	1	3	12,5%	20%	1	5	9%	25%	3	2	23%	20%	1	2	8,5%	14%
jídlo	1	4	12,5%	27%	2	3	18%	15%	1	2	8%	20%	1	1	8,5%	7%
nehodící se (ne)	3	4	37,5%	27%	4	5	36%	25%	2	3	15%	30%	6	8	50%	58%
celkem	8	15	100%	100%	11	20	100%	100%	13	10	100%	100%	12	14	100%	100%

Pokud tedy rodiče nakupují podle přání svých dětí a reklamy, jsou to většinou hračky a jídlo (jogurty, sýry).

5.3 Vyhodnocení výzkumných otázek

1. Jakým způsobem děti využívají média?

V provedeném výzkumu jsem se soustředila zejména na využívání televize, počítače, knih, časopisů a vlivu reklamy na děti. Dá se říci, že téměř všechny děti využívají média shodně.

Mladší děti se věnují více sledování televize, starší naopak častěji tráví volný čas u počítače. Vzhledem k tomu, že se v současné době všude píše, že děti mnoho nečtou, bylo zajímavé zjistit, že tři čtvrtiny dotazovaných uvedlo, že čtou, buď rodiče dětem, nebo děti si čtou samy. Časopisy kupují dvě třetiny dotazovaných, a to většinou na základě svých vlastních zkušeností. Reklamou se nechá ovlivnit 60% rodičů, a to zejména při koupi hraček, sladkostí nebo jídla.

2. Jak často a jaké pořady děti sledují v televizi?

Nejčastěji sledují televizi předškoláci, a to především v týdnu a pouští si pohádky na DVD. U této věkové kategorie uvedlo 80% rodičů, že sledují televizi společně s dětmi a nepoužívají televizi jako odkladiště pro děti, když potřebují čas pro sebe. A v tomto věku rodiče nedovolí dětem v žádném případě sledovat pořady s agresivní tematikou. Oproti tomu děti mladšího školního věku sledují televizi převážně o víkendu, a to v přímém přenosu. Také sledují pořady pro děti, ale už i pořady přírodopisné, sportovní a zábavné. Rodiče televizi spolu s dětmi tohoto věku sledují již méně. Také v 10 % případů dovolí dětem sledovat například zprávy s tragickými událostmi, a to zejména jako prevenci před možnými nastalými situacemi.

3. Kolik času a jakým způsobem děti tráví čas u počítače?

Nejvíce času u počítače tráví starší děti od osmi let, a to 1-2 hodiny denně. Ve většině případů děti hrají na počítači hry, ale starší děti zde už také vyhledávají materiály do výuky, dále pak hudbu a také sociální sítě. Rodiče mají až na jeden případ naprostý přehled o tom, co jejich dítě na počítači dělá. Předškoláky zatím tak moc počítač nezajímá, a pokud ano, tak je to méně než hodinu denně a většinou hrají hry.

4. Jakým způsobem ovlivňuje reklama děti při výběru zboží?

Nakupování pod vlivem reklamy uvádí v dotazníku 60% respondentů. Nechají se ovlivnit zejména při kupování hraček k narozeninám a na vánoce, kdy je dětská duše obzvláště masírovaná přemírou reklamy. V průběhu roku se reklamou řídí zejména při nakupování sladkostí a jídla (jogurtů, nápojů).

5. Jak často rodiče svým dětem čtou?

Je velký rozdíl ve čtení předškolákům a školákům. Téměř 80% rodičů předškoláků uvádí, že svým dětem čtou každý den zejména večer před spaním. U mladšího školního věku už

není čtení tak intenzivní, rodiče uvádí, že svým dětem čtou max., 5 týdně večer, ale většinou již uvádí, že si děti čtou před spaním samy.

5.4 Testování hypotéz

Stanovené hypotézy byly testovány pomocí testu nezávislosti chí-kvadrát pro čtyřpolní tabulku (hypotéza č. 3, 4 a 5) a testu dobré shody chí-kvadrát. (hypotéza č. 1 a 2)

Test nezávislosti chí-kvadrát je možný pouze v případech, kdy proměnné, mezi nimiž máme ověřit vztah, mohou nabývat pouze dvou alternativních kvalit. (Chráska, 2007, str. 82)

Test dobré shody chí-kvadrát ověřuje, zda četnosti, které byly získány měřením, se odlišují od teoretických četností, které odpovídají dané nulové hypotéze. (Chráska, 2007, str. 71)

Všechny testy byly provedeny na hladině významnosti $p < 0,05$.

Hypotéza č. 1

H_0 : Předpokládáme, že se předškolní děti dívají na televizi stejně dlouhou dobu než děti mladšího školního věku.

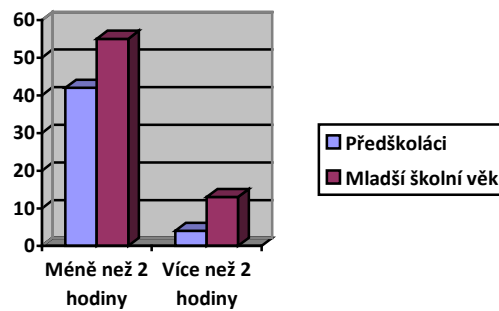
H_A : Předpokládáme, že se předškolní děti dívají na televizi více než děti mladšího školního věku.

Tabulka 40 Čtyřpolní tabulka pro test nezávislosti chí-kvadrát

	Méně než 2 hodiny	Více než 2 hodiny	Celkem
Předškoláci	42	4	46
Mladší školní věk	55	13	68
Celkem	97	17	114

$$X^2 = 114 \cdot [(42 \cdot 13 - 4 \cdot 55)^2 : (46 \cdot 97 \cdot 17 \cdot 68)] = 2,3488$$

Graf 3 Doba sledování televize



Při zjištění tedy odmítáme nulovou hypotézu a přijímáme hypotézu alternativní, tedy že se předškolní děti dívají na televizi více než děti mladšího školního věku.

Hypotéza č. 2

H_0 : Předpokládáme, že děti školního věku věnují stejně času počítačům jako děti předškolního věku.

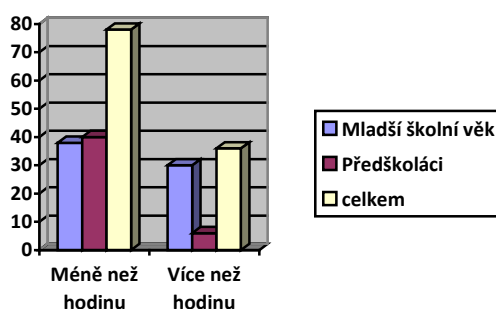
H_A : Předpokládáme, že děti školního věku věnují více času počítačům než děti předškolního věku.

Tabulka 41 Čtyřpolní tabulka pro test nezávislosti chí-kvadrát

	Méně než hodinu	Více než hodinu	Celkem
Mladší školní věk	38	30	68
Předškoláci	40	6	46
Celkem	78	36	114

$$X^2 = 114 \cdot [(33.6 - 30.40)^2 : (78.36.68.46)] = 12.2623$$

Graf 4 Doba využívání počítače



Odmítáme tedy nulovou hypotézu a přijímáme hypotézu alternativní, a to, že se děti školního věku věnují počítačům více, než děti předškolního věku.

Hypotéza č. 3

H₀: Předpokládáme, že není rozdíl mezi tím, zda děti sledují televizi v týdnu nebo o víkendu.

H_A: Předpokládáme, že se děti dívají na televizi více o víkendu než v týdnu.

Tabulka 42 Test dobré shody chí-kvadrát – sledovanost TV

Doba	Pozorovaná četnost P	Očekávaná četnost O	P - O	(P - O) ²	$\frac{(P - O)^2}{O}$
V týdnu	31	58	-27	729	12,569
O víkendu	85	58	27	729	12,569
Celkem	116	116			25,138

Tabulka 43 Určení počtu stupňů volnosti

Doba sledování	Pozorovaná hodnota P
V týdnu	Libovolná hodnota
O víkendu	
Celkem	116

Ve statistických tabulkách bylo zjištěno, že kritická hodnota chí-kvadrát pro hladinu významnosti 0,05 a 1 stupně volnosti je $X^2 = 3,841$.

Vypočítaná hodnota testového kritéria $X^2 = 25,138$ je větší než kritická hodnota $X^2 = 3,841$, a proto odmítáme nulovou hypotézu a potvrzujeme tedy hypotézu alternativní, a to, že se děti dívají na televizi více o víkendu než v týdnu.

Hypotéza č. 4

H₀: Předpokládáme, že není rozdíl v době, kdy rodiče čtou svým dětem.

H_A: Předpokládáme, že rodiče čtou dětem více před spaním než během dne.

Tabulka 44 Test dobré shody chí-kvadrát – doba čtení

Doba čtení	Pozorovaná četnost P	Očekávaná četnost O	P - O	(P - O) ²	$\frac{(P - O)^2}{O}$
Ve dne	10	50	-40	1600	32
Večer	90	50	40	1600	32
Celkem	100	100			64

Tabulka 45 Určení počtu stupňů volnosti

Doba čtení	Pozorovaná hodnota P
Ve dne	Libovolná hodnota
Večer	
Celkem	100

Ve statistických tabulkách bylo zjištěno, že kritická hodnota chí-kvadrát pro hladinu významnosti 0,05 a 1 stupně volnosti je $X^2 = 3,841$.

Vypočítaná hodnota testového kritéria $X^2 = 64$ je větší než kritická hodnota $X^2 = 3,841$, a proto odmítáme nulovou hypotézu a potvrzujeme tedy hypotézu alternativní, a to, že rodiče čtou svým dětem hlavně ve večerních hodinách.

Hypotéza č. 5

H_0 : Předpokládáme, že není rozdíl mezi tím, jaké zboží rodiče svým dětem pořizují podle reklamy.

H_A : Předpokládáme, existuje rozdíl mezi druhem zboží, které rodiče svým dětem pořizují podle reklamy.

Tabulka 46 Test dobré shody chí-kvadrát – nákup výrobků dle reklamy

Zboží z reklamy	Pozorovaná četnost P	Očekávaná četnost O	P - O	(P - O) ²	$\frac{(P - O)^2}{O}$
Hračky	41	31	10	100	3,225
Časopisy	13	31	-18	324	10,451
CD, DVD	19	31	-12	144	4,645
Sladkosti	33	31	2	4	0,129
Jídlo	49	31	18	324	10,451
Celkem	155	155			28,901

Tabulka 47 Určení počtu stupňů volnosti

Zboží z reklamy	Pozorovaná hodnota P
Hračky	Libovolná hodnota
Časopisy	Libovolná hodnota
CD, DVD	Libovolná hodnota
Sladkosti	Libovolná hodnota
Jídlo	
Celkem	155

Ve statistických tabulkách bylo zjištěno, že kritická hodnota chí-kvadrát pro hladinu významnosti 0,05 a 4 stupně volnosti je $X^2 = 9,488$.

Vypočítaná hodnota testového kritéria $X^2 = 28,901$ je větší než kritická hodnota $X^2 = 9,488$, a proto odmítáme nulovou hypotézu a potvrzujeme tedy hypotézu alternativní, a to, že rodiče svým dětem podle reklamy nejčastěji kupují jídlo.

5.5 Shrnutí výzkumu

Při výzkumu na cílovou skupinu rodičů dětí předškolního a mladšího školního věku – tedy zhruba děti ve věku 4-10 let jsem se také dotazovala na vzdělání a věk rodičů. Dvě třetiny dětí má rodiče ve věku 31-40 let, proto jsem neshledala důležitým porovnávat odpovědi podle věku, protože se v podstatě nelišily. Také v průřezu nejvyššího dosaženého vzdělání rodičů jsem zjistila, že stejné „návyky“ k tématu mají jak rodiče vyučení, tak rodiče s vysokoškolským vzděláním.

Většina rodičů tedy sleduje spolu s dětmi televizi v průměru 1-2 hodiny denně, více o víkendech. Pokud se zaměříme na přímé televizní vysílání, v porovnání s produkcí na DVD si vedou podobně. 80% rodičů nedovolí dětem sledovat pořady s agresivní tematikou, a pokud ano, jde o televizní zpravodajství, které má působit preventivně na možné vzniklé situace (např. dopravní nehody, únosy dětí). Na hrdiny z televize si hrají většinou mladší děti, ve všech případech jde o hrdiny kladné.

Čas trávený u počítače se liší podle věku dítěte. Mladší děti u něj tráví maximálně hodinu denně, starší už spíše hodinu až dvě. Je také rozdíl, co děti na počítačích sledují. Mladší spíše pohádky a písničky, starší se již věnují kromě her i studijní činnosti a také komunikaci přes internet (chat, ICQ, sociální sítě). Až na dvě výjimky rodiče vědí, co jejich děti na internetu vyhledávají, což se v dnešní době kyberšikany jeví jako velmi důležité.

U mladších dětí rodiče odkládají své děti k televizi více než starší, je to většinou dáno tím, že organizace volného času starších dětí nepodléhá rodičům tak důsledně.

Časopisy kupují svým dětem dvě třetiny rodičů. Většinou se řídí svými vlastními zkušenostmi, případně koníčky svých dětí. Pokud jde o druh časopisů, odpovídají věku dětí.

Dvě třetiny rodičů také uvádí, že čtou svým dětem knížky, případně si již děti čtou sami. U těch nejmenších je to minimálně 4x týdně, spíše častěji, u starších max. 3x týdně. A většina jich čte večer před spaním.

Reklamou jsou více ovlivněné děti předškolního věku. Je to dáno také tím, že si umějí na rodičích „více vyškemrat“. U starších dětí už nákupy podle reklamy nejsou tak časté. Většinou si děti podle reklamy přejí hračky, jogurty, sýry a sladkosti.

ZÁVĚR

Jak jsem se tedy již zmiňovala v úvodu práce, média jako taková mají obrovský vliv na vývoj osobnosti dítěte a hrají v jeho životě velkou roli. Ať už chceme nebo nechceme, kontaktu dítěte se světem médií se prostě nevyhneme. Již ve školce se děti dostávají do styku s knihami, časopisy, ve kterých vždycky nějakou tu reklamu najdeme, v mnoha školkách mají také výpočetní techniku s výukovými programy. Tyto dva světy prostě od sebe oddělit nelze.

Při psaní práce jsem získala z dostupných zdrojů co nejvíce informací. O vývojových stádiích dítěte od jeho narození až po mladší školní věk. Také o médiích jako takových, jejich rozdělení a předpokládaném vlivu na člověka. V neposlední řadě jsem na základě odborných článků poukázala na vztah dětí k televizi, knihám, počítačům a reklamě.

V praktické části jsem se zaměřila, jaký vztah k médiím mají děti předškolního a mladšího školního věku. Oslovila jsem prostřednictvím pedagogů mateřské školy a prvního stupně základní školy rodiče těchto dětí, aby mi zodpověděli na otázky, které mi tento vztah pomohou zmapovat. Očekávala jsem, že rodiče nebudou moc sdílní a bylo pro mne velkým příjemným překvapením, že se mi dotazníky vrátili téměř v 90 % případů. Při analýze získaných dat jsem zjistila, že na dobu strávenou u televize, počítače či knihy má velmi malý vliv věk a vzdělání rodičů. Vzhledem k tomu, že jsem oslovila respondenty na vesnické škole a školce, stálo by za zvážení v jiné odborné práci srovnat získané výsledky s výsledky v prostředí městském.

Bylo pro mě tedy velkým přínosem seznámit se s odbornou literaturou nejen v oblasti psychologie, ale také z oblasti marketingu a reklamy.

Tuto práci použiji zejména jako zpětnou vazbu pro pedagogy a rodiče, kteří mi poskytli tak cenné informace ze své mediální výchovy v rodině.

Je zde také možnost dalšího zkoumání v jednotlivých oblastech médií a také možnost výzkumu, kdy lze zkoumat podíl trávení volného času u televize, počítačů a knih v porovnání s jinými volnočasovými aktivitami, například sportem, zájmovou činností či návštěvami kin.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] CHRÁSKA, M. *Metody pedagogického výzkumu*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2007. ISBN 978-80-247-1369-4.
- [2] JIRÁK, J. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-287-4.
- [3] KURIC, J. *Ontogenetická psychologie*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, s. r. o., 2001. ISBN 80-214-1844-3.
- [4] KŘIVOHLAVÝ, J. *Psychologie smysluplnosti existence: otázky na vrcholu života*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-1370-5.
- [5] LANGMAJER, J., KREJČÍŘOVÁ, D. *Vývojová psychologie*. Praha: Grada Publishing, 1998. ISBN 80-7169-195-X.
- [6] OPRAVILOVÁ, E. *Úvod do předškolní pedagogiky*. Praha: SPN, 1985.
- [7] MATĚJČEK, Z. *Co, kdy a jak ve výchově dětí*. Praha: Portál, 1996. ISBN 80-7178-085-5.
- [8] MATĚJČEK, Z., POKORNÁ, M. *Radosti a strasti: předškolní věk, mladší školní věk, starší školní věk*. Jinočany: H&H, 1998. ISBN 80-86022-21-8.
- [9] McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: JOTA, 2000. ISBN 80-7217-128-3.
- [10] PRŮCHA, J. *Moderní pedagogika*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7367-047-X.
- [11] *Slovník spisovného jazyka českého*. Praha: Academia, 1989.
- [12] SUCHÝ, A. *Mediální zlo - mýta a realita*. Praha: Triton, 2007. ISBN 978-80-7254-926-9.
- [13] ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2.
- [14] VÁGNEROVÁ, M. *Vývojová psychologie: dětství, dospělost, stáří*. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-308-0.
- [15] Děti a televize [online]. [Cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW: <<http://www.rodina.cz/clanek3397.htm>>

- [16] Jak nás ovlivňuje reklama [online]. [Cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW:
<<http://www.rodina.cz/clanek7187.htm>>
- [17] Děti a knihy [online]. [Cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW:
<<http://www.rodina.cz/clanek2300.htm>>
- [18] Kniha v rodině předškoláka [online]. [Cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW:
<<http://www.rodina.cz/clanek3877.htm>>
- [19] Děti a počítače [online]. [Cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW:
<<http://www.rodina.cz/clanek7807.htm>>
- [20] Média [online]. [Cit. 2011-04-03]. Dostupný z WWW:
<<http://cs.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9dia>>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

TV Televize

PC Počítač

SEZNAM GRAFŮ

<i>Graf 1 Děti respondentů podle pohlaví</i>	43
<i>Graf 2 Děti respondentů podle věku</i>	43
<i>Graf 3 Doba sledování televize.....</i>	65
<i>Graf 4 Doba využívání počítače</i>	66

SEZNAM TABULEK

<i>Tabulka 1 Složení vzorku respondentů podle pohlaví dětí</i>	42
<i>Tabulka 2 Složení vzorku respondentů podle věku dětí</i>	43
<i>Tabulka 3 Harmonogram výzkumu</i>	45
<i>Tabulka 4 Doba strávená u televize</i>	46
<i>Tabulka 5 Doba, kdy dítě sleduje televizi</i>	46
<i>Tabulka 6 Preference pořadů</i>	47
<i>Tabulka 7 Druh sledovaných pořadů</i>	47
<i>Tabulka 8 Přítomnost rodičů u televize</i>	48
<i>Tabulka 9 Agrese u televize</i>	48
<i>Tabulka 10 Hra na hrdiny</i>	49
<i>Tabulka 11 Doba strávená u PC</i>	49
<i>Tabulka 12 Znalost sledovaných programů</i>	50
<i>Tabulka 13 Skladba programu na PC</i>	50
<i>Tabulka 14 TV nebo PC jako odkladiště?</i>	51
<i>Tabulka 15 Kupování časopisů</i>	51
<i>Tabulka 16 Důvod výběru časopisu</i>	51
<i>Tabulka 17 Četba dětem</i>	52
<i>Tabulka 18 Četnost četby</i>	52
<i>Tabulka 19 Nejčastější doba čtení</i>	53
<i>Tabulka 20 Nákupy podle reklamy</i>	53
<i>Tabulka 21 Nakupované výrobky podle reklamy</i>	54
<i>Tabulka 22 Doba strávená u televize</i>	55
<i>Tabulka 23 Doba, kdy dítě sleduje televizi</i>	55
<i>Tabulka 24 Preference pořadů</i>	55
<i>Tabulka 25 Druh sledovaných pořadů</i>	56
<i>Tabulka 26 Přítomnost rodičů u televize</i>	56
<i>Tabulka 27 Agrese u televize</i>	57
<i>Tabulka 28 Hra na hrdiny</i>	57
<i>Tabulka 29 Doba strávená u PC</i>	58
<i>Tabulka 30 Znalost sledovaných programů</i>	58
<i>Tabulka 31 Skladba programu</i>	59

<i>Tabulka 32 TV nebo PC jako odkladiště</i>	<i>59</i>
<i>Tabulka 33 Kupování časopisů.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabulka 34 Důvod výběru časopisu.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabulka 35 Četba dětem</i>	<i>61</i>
<i>Tabulka 36 Četnost četby.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabulka 37 Nejčastější doba čtení</i>	<i>62</i>
<i>Tabulka 38 Nákupy podle reklamy</i>	<i>62</i>
<i>Tabulka 39 Nakupované výrobky podle reklamy.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabulka 40 Čtyřpolní tabulka pro test nezávislosti chí-kvadrát.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabulka 41 Čtyřpolní tabulka pro test nezávislosti chí-kvadrát.....</i>	<i>66</i>
<i>Tabulka 42 Test dobré shody chí-kvadrát – sledovanost TV.....</i>	<i>67</i>
<i>Tabulka 43 Určení počtu stupňů volnosti</i>	<i>67</i>
<i>Tabulka 44 Test dobré shody chí-kvadrát – doba čtení.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabulka 45 Určení počtu stupňů volnosti</i>	<i>68</i>
<i>Tabulka 46 Test dobré shody chí-kvadrát – nákup výrobků dle reklamy.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabulka 47 Určení počtu stupňů volnosti</i>	<i>69</i>

SEZNAM PŘÍLOH

P I. Dotazník

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK VÝZKUMU

Vážení rodiče

Ráda bych Vás poprosila o spolupráci na své diplomové práci, která se zabývá vlivem médií na děti předškolního a mladšího školního věku. Tento dotazník je zcela anonymní a bude sloužit pouze k výzkumu mé diplomové práce na Fakultě humanitních studií UTB ve Zlíně. Budete-li mít zájem, ráda dám po zpracování výzkumu zpětnou vazbu.

Děkuji Vám za ochotu a Váš čas.

Bc. Miroslava Zoubková

DOTAZNÍK

1. Jak často se Vaše dítě dívá na televizi?
 - a) vůbec
 - b) Méně než hodinu denně
 - c) 1-2 hodiny denně
 - d) 3-4 hodiny denně
 - e) Více než 4 hodiny denně

2. Vaše dítě se na televizi dívá:
 - a) Více v týdnu
 - b) Více o víkendu

3. Sleduje Vaše dítě více:
 - a) Televizní pořady
 - b) Pořady na DVD

4. Jaké pořady Vaše dítě v televizi sleduje? (více možností)
 - a) Dětské pořady, pohádky
 - b) Zábavné pořady
 - c) Pořady pro dospělé
 - d) Zprávy
 - e) Jiné

5. Sledujete televizi s dítětem?
 - a) Ano
 - b) Většinou ano
 - c) Většinou ne
 - d) Ne

6. Dovolíte dětem sledovat pořady s agresivní tematikou? (zprávy s tragickými událostmi.)
 - a) Ano ... (doplňte komentář).....
 - b) Ne

7. Hrají si Vaše děti na hrdiny z televize?
 - a) Ano – na jaké
 - b) Ne

8. Jakou dobu tráví Vaše dítě u PC?
 - a) vůbec
 - b) Méně než hodinu denně
 - c) 1-2 hodiny denně
 - d) Více než 2 hodiny denně

9. Víte, co Vaše dítě sleduje na PC?
 - a) Ano
 - b) Ne
 - c) Nehodí se

10. Co Vaše dítě sleduje na PC?
 - a) Hraje hry (jaké)
 - b) Vyhledává na internetu (co)
 - c) Chatuje
 - d) Nehodí se

11. Zapínáte dítěti TV nebo PC jako „odkladiště“, když potřebujete čas pro sebe?
 - a) Ne
 - b) Spíše ne
 - c) Spíše ano
 - d) Ano

12. Kupujete svým dětem časopisy?
 - a) Ano – jaké?
 - b) Ne

13. Pokud ano, co ovlivňuje výběr časopisu?
 - a) reklama
 - b) doporučení známých
 - c) vlastní zkušenost
 - d) ostatní důvody (jaké)....
 - e) Nehodí se

14. Čtete svým dětem knížky?
 - a) Ano
 - b) Ne

15. Pokud ano, jak často?
 - a) Každý den
 - b) 4-6 x týdně

- c) 1-3 x týdně
- d) Nehodí se

16. V kterou denní dobu dětem čtete?

- a) dopoledne
- b) odpoledne
- c) před spaním
- d) nehodí se

17. Kupujete dětem výrobky, které znají z reklamy?

- a) ano
- b) ne

18. Pokud ano, jaké? (více možností)

- a) Hračky
- b) Časopisy
- c) CD, DVD
- d) Sladkosti
- e) Jídlo
- f) Nehodí se

19. Kolik let je Vašemu dítěti?

20. Vaše dítě je...

- a) Syn
- b) Dcera

21. Máte v rodině další děti?

- a) Ano - mladší
- Starší
- b) Ne

22. Věk rodičů?

Matka

- a) 20-30 let
- b) 31-40 let
- c) 40-50 let
- d) Více než 50

Otec

- 20-30 let
- 31-40 let
- 40-50 let
- Více než 50

23. Vzdělání rodičů

Matka

- a) Základní
- b) Vyučen
- c) Střední odborné
- d) Střední s maturitou
- e) Vysokoškolské

Otec

- Základní
- Vyučen
- Střední odborné
- Střední s maturitou
- Vysokoškolské